

2021 百度营销

百度营销新能源汽车行业洞察报告

出品方：百度大客户部 汽车行业整合营销策略部 IMS

数据源：百度观星盘、百度百声



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

CONTENTS

目录

Part 1
新能源汽车市场行业数据

Part 2
新能源汽车百度数据分析

Part 3
新能源汽车百度人群洞察



01

新能源汽车市场 行业数据

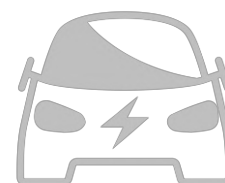
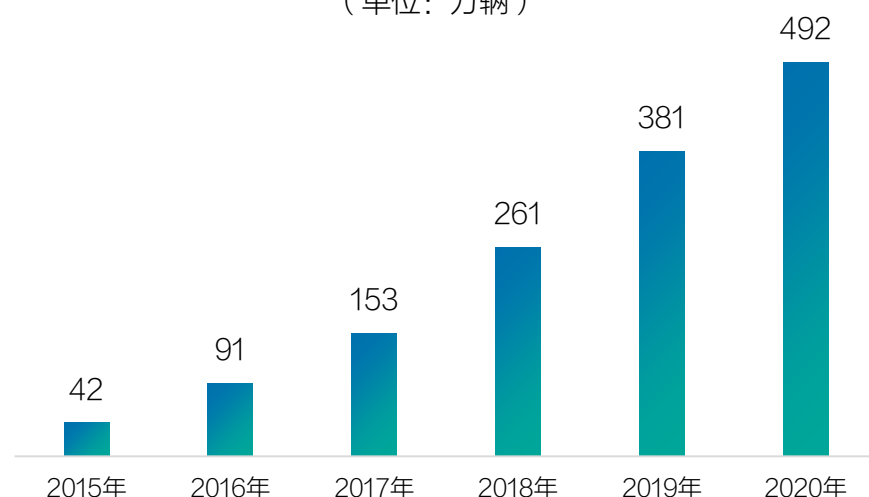


新能源汽车基础概念

新能源汽车是指采用非常规的车用燃料作为动力来源（或使用常规的车用燃料，却采用新型车载动力装置），综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术，形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。

2015-2020年中国新能源汽车保有量

（单位：万辆）



新能源汽车分类

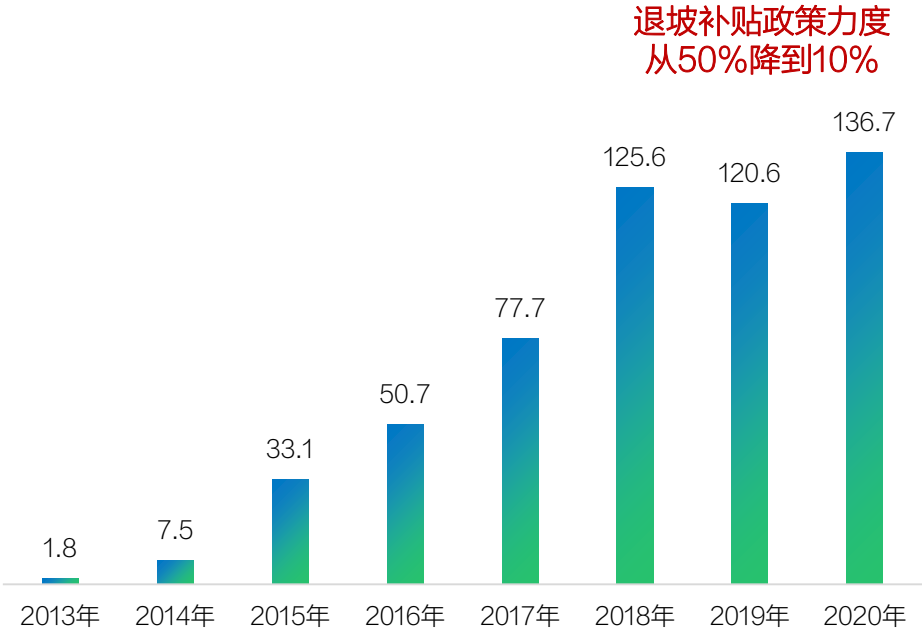


新能源汽车市场整体销量

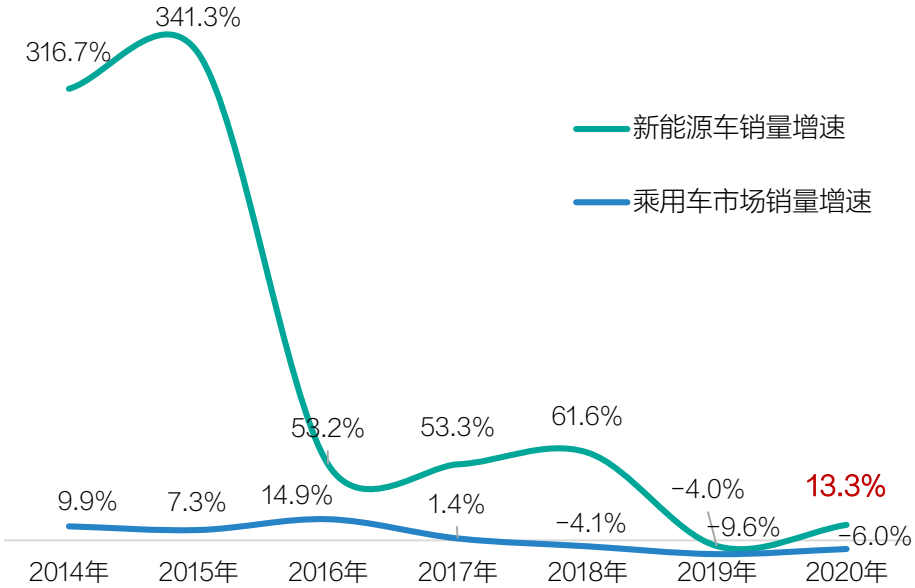
补贴退坡政策给新能源车销量造成一定影响，在乘用车市场销量下降情况下，2020年新能源车逆势上扬

2013-2020年中国市场新能源汽车销量

(单位: 万辆)



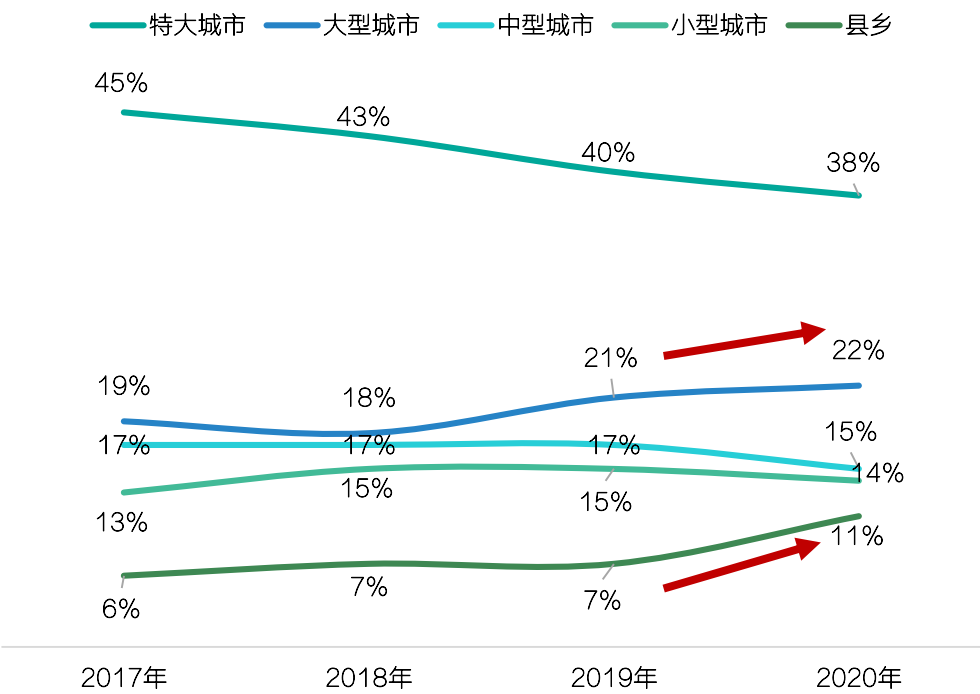
2013-2020年中国市场新能源车销量增速



新能源汽车市场区域分布

限购特大城市需求较强，县乡市场逐步启动，2020年新能源车的市场增长主力为上海北京等限购大城市

2017-2020年中国新能源车-分区域销量占比变化



2019-2020年中国新能源车-销量TOP10城市

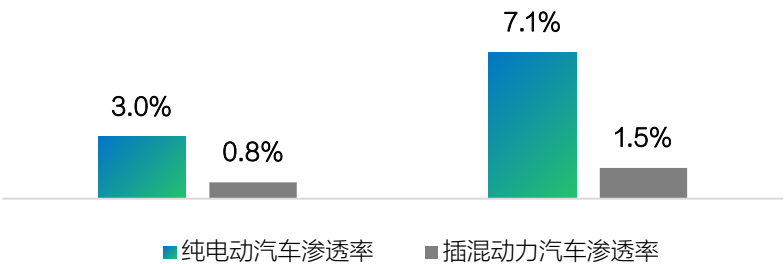
(单位: 辆)

2019年销量TOP10		2020年销量TOP10		2020年销量增速
深圳	81,411	上海	128,381	+88%
北京	80,581	北京	93,569	+16%
广州	71,718	深圳	77,775	-4%
上海	68,393	广州	53,296	-26%
杭州	40,247	天津	42,936	+43%
天津	30,110	杭州	42,307	+5%
成都	25,821	成都	33,559	+30%
柳州	24,609	郑州	30,060	+51%
武汉	22,711	重庆	27,205	+93%
西安	20,750	柳州	23,346	-5%

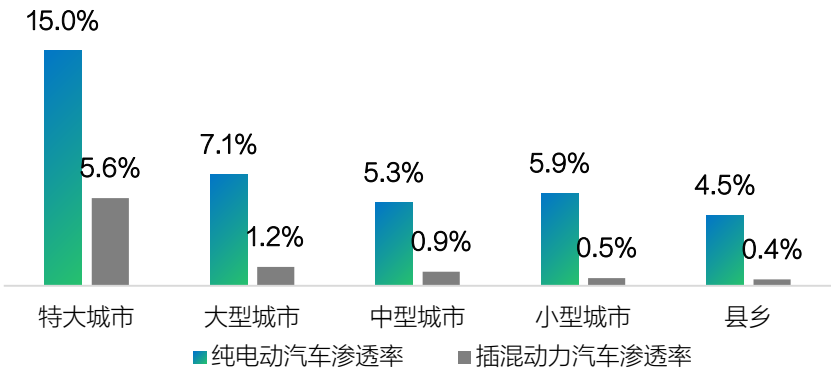
新能源汽车市场渗透比较

纯电动车渗透率大于插电混动汽车渗透率， 2020年渗透率显著提升，在特大城市如上海、深圳表现突出

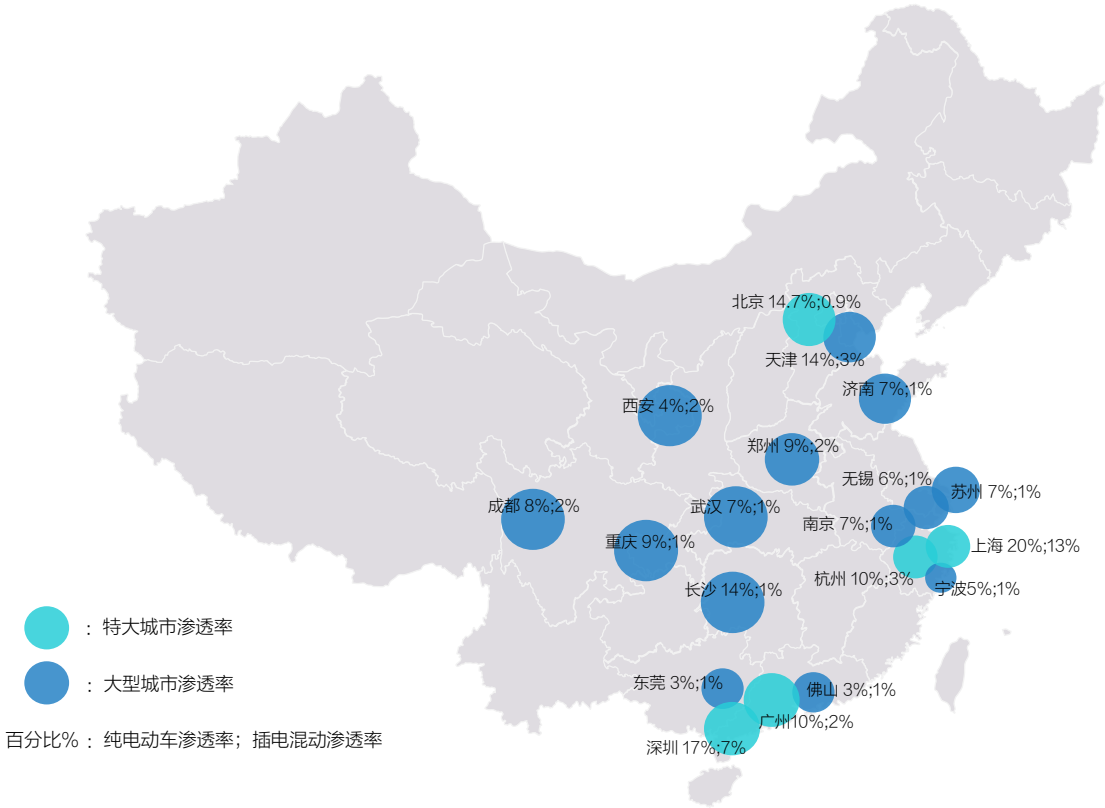
2019-2020年中国新能源汽车-整体渗透率



2020年中国新能源汽车-区域渗透率

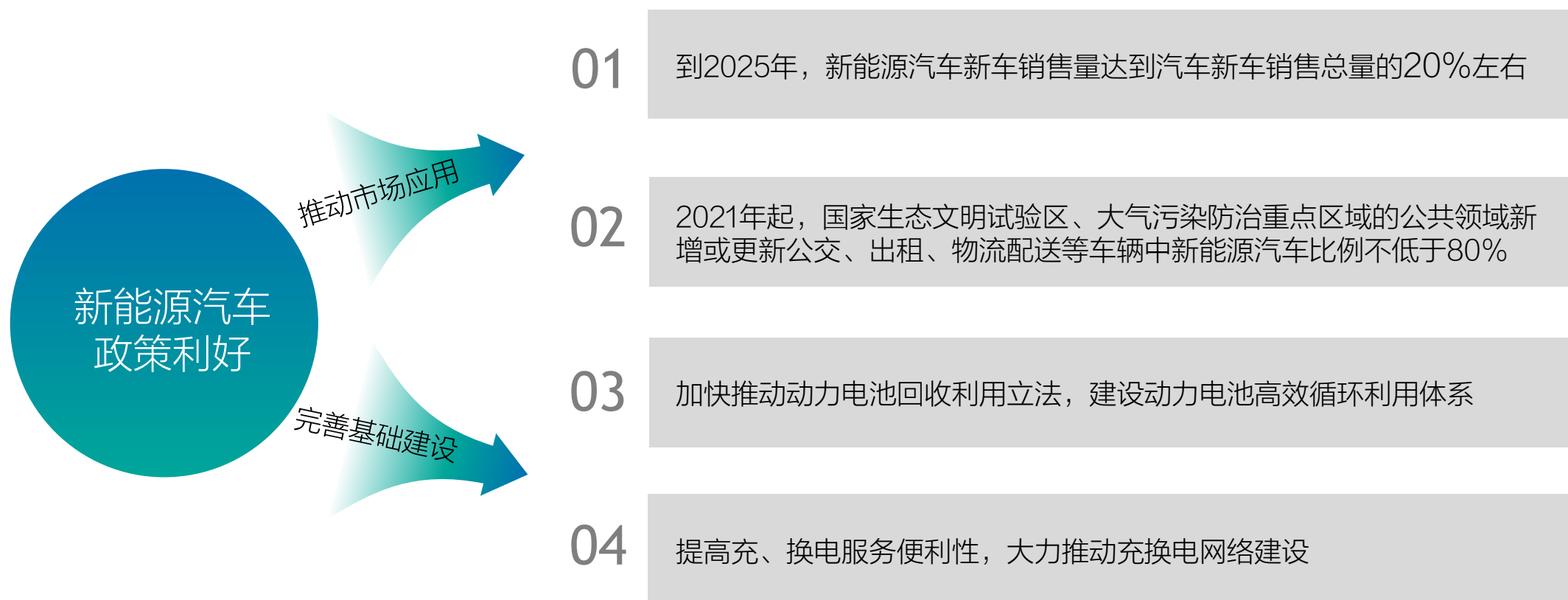


2020年中国新能源汽车-分城市渗透率



新能源汽车生态一：国家政策明确支持，未来发展正向态势

2020年11月国务院办公厅印发《新能源汽车产业发展规划2021-2035》对中国新能源汽车市场做全方位规划

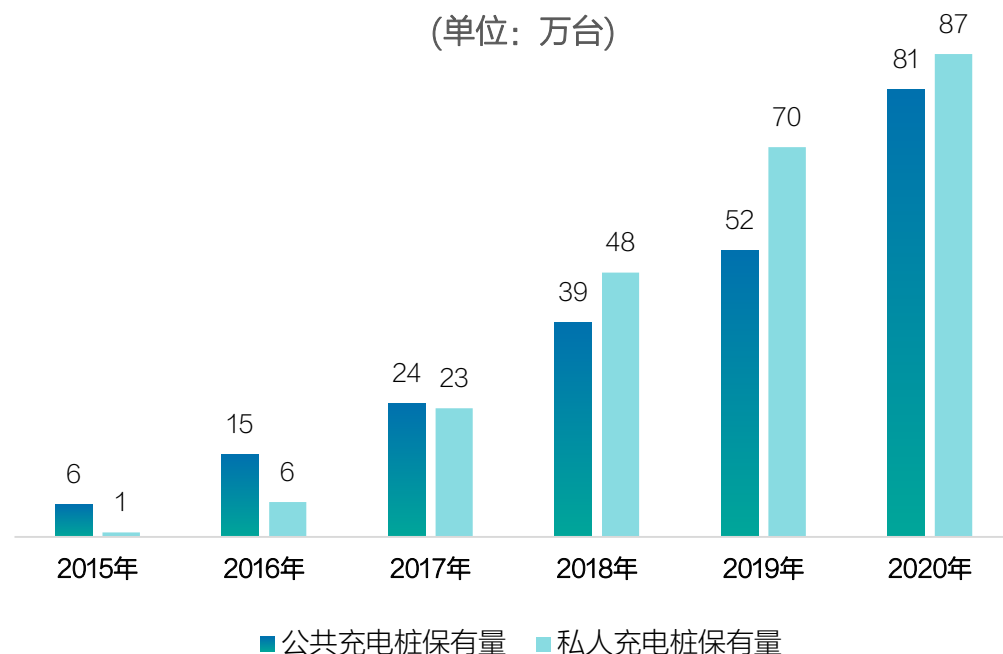


新能源汽车生态二：基础建设乐观，硬件支持愈发稳固

充电桩公、私保有量迅速提升，BEV续航里程与电池组能量呈增长趋势

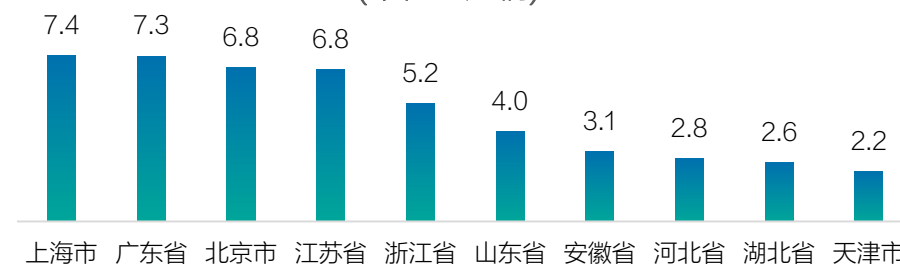
2015-2020年新能源汽车充电桩-公共&私人保有量

(单位：万台)



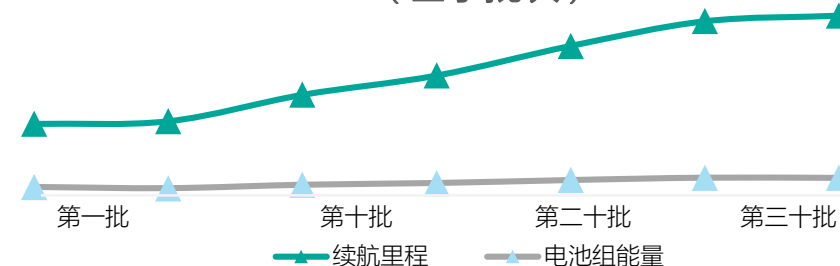
2020年公共充电桩保有量-TOP10省份

(单位：万辆)



2014-2020年纯电动车续航里程vs电池组能量

(基于批次)

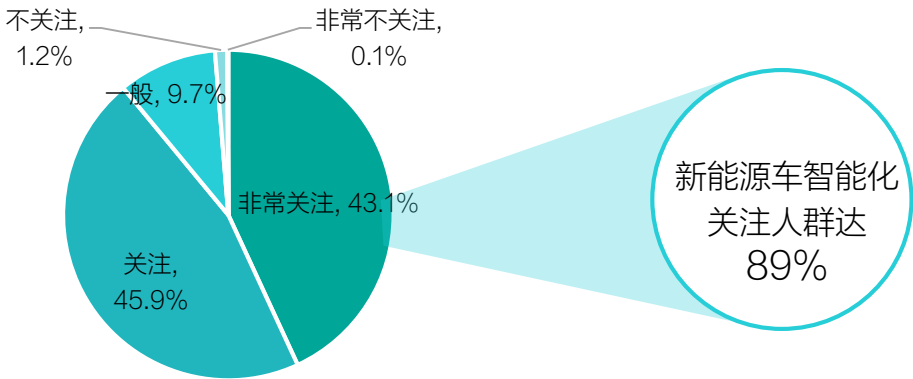


截止至2020年底，中国平均纯电动乘用车续航里程382.4公里

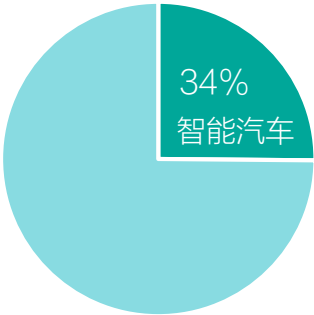
新能源汽车生态三：智能化程度高，受用户关注

新能源车智能化程度高于燃油车，2020年新车智能化配置占比高

用户对新能源车智能化关注度

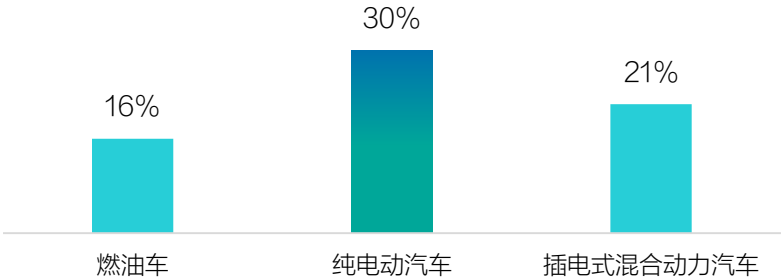


2020年上市智能汽车占比

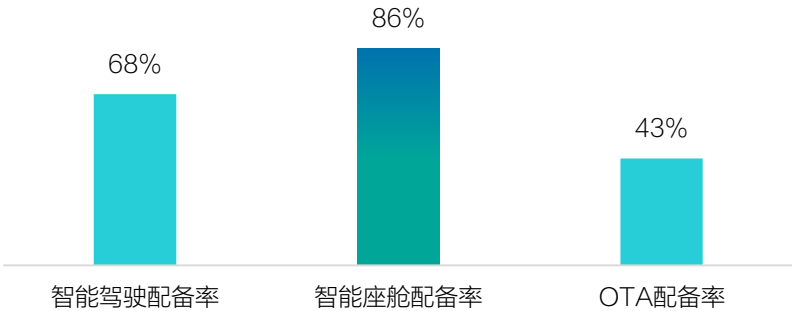


智能汽车：
同时具备智能驾驶、智能座舱、OTA远程在线升级
(含非整车OTA) 三项的汽车

2020年新车智能化占比

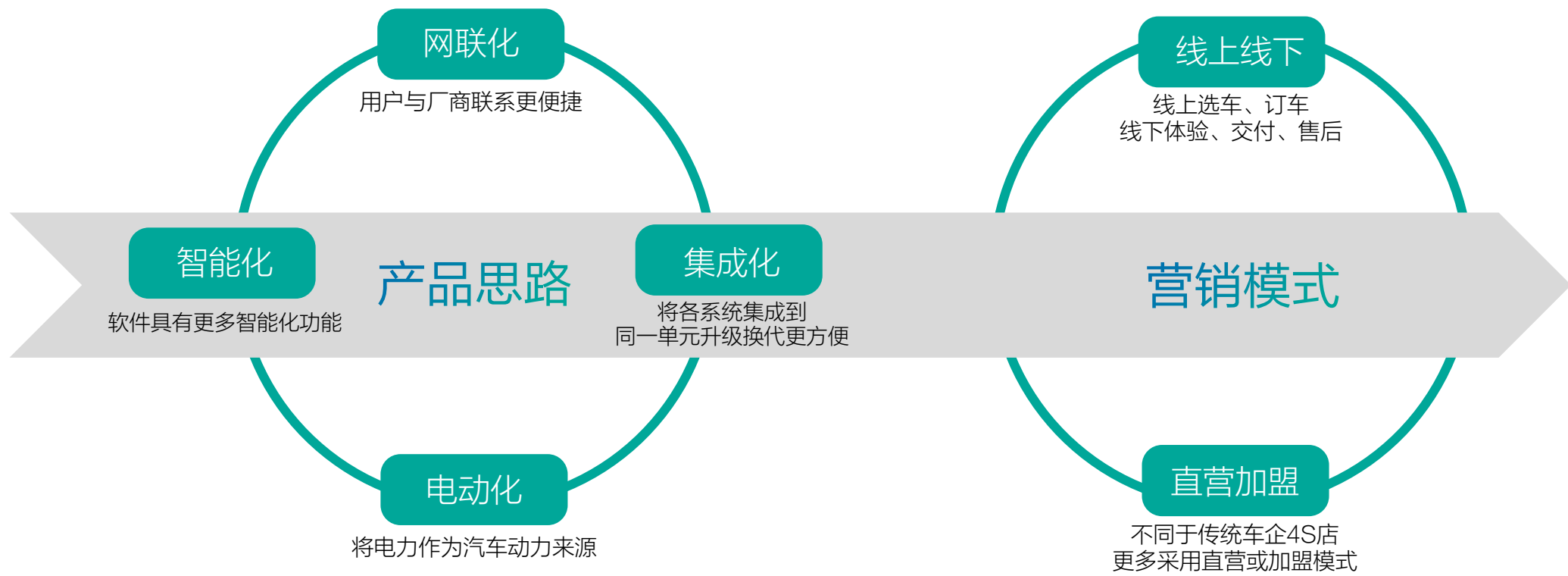


2020年新车各智能化配置占比



新能源汽车生态四：造车新势力崛起，强科技性与互联网属性

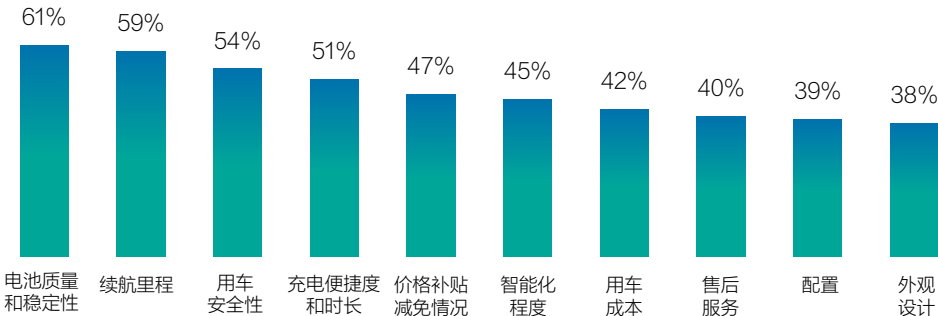
近年造车新势力品牌纷纷涌现，注重对高科技以及互联网的应用



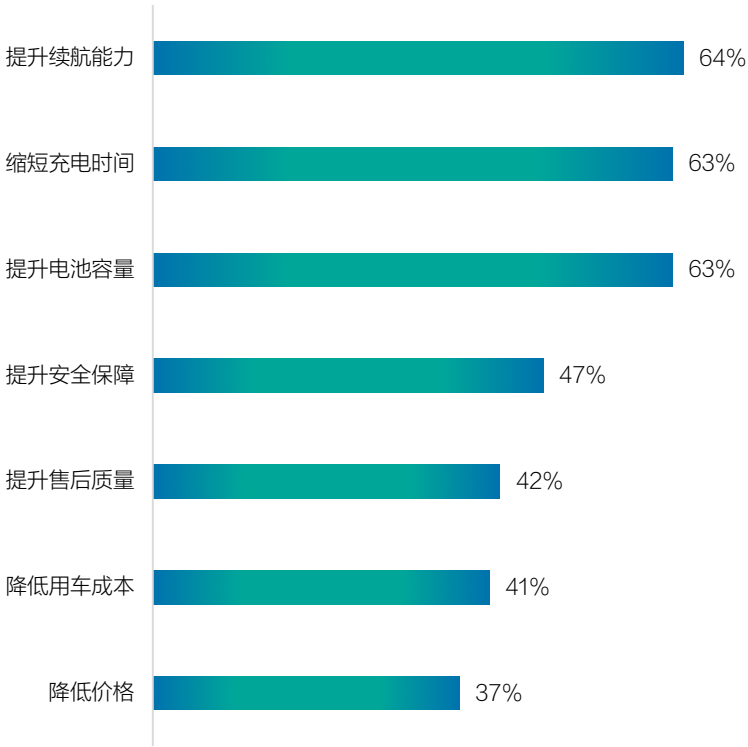
新能源汽车生态五：市场的关注焦点驱动产品升级

用户核心聚焦于续航能力、电池安全、充电便捷、用户成本及售后服务

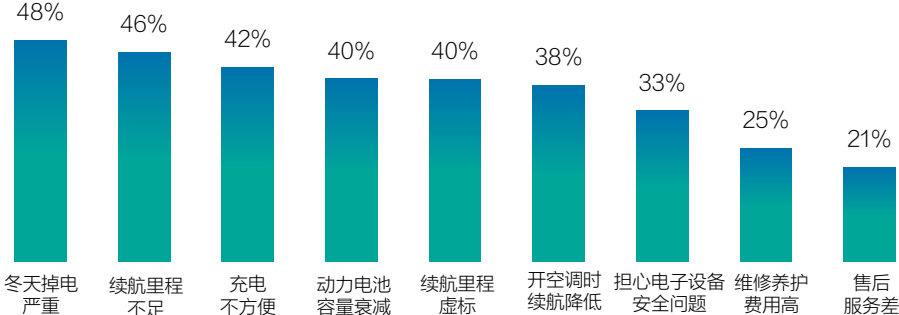
2020年用户对新能源汽车的关注点



2020年用户对新能源汽车购买的考虑点

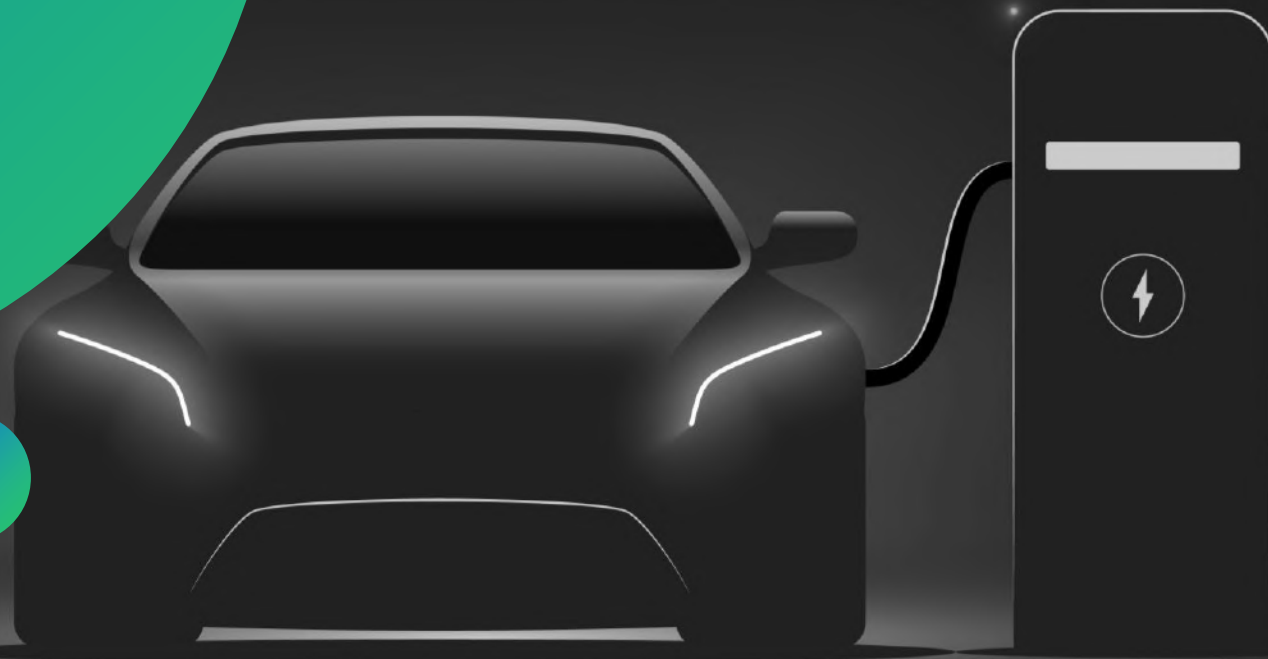


2020年用户对新能源汽车的产品痛点



02

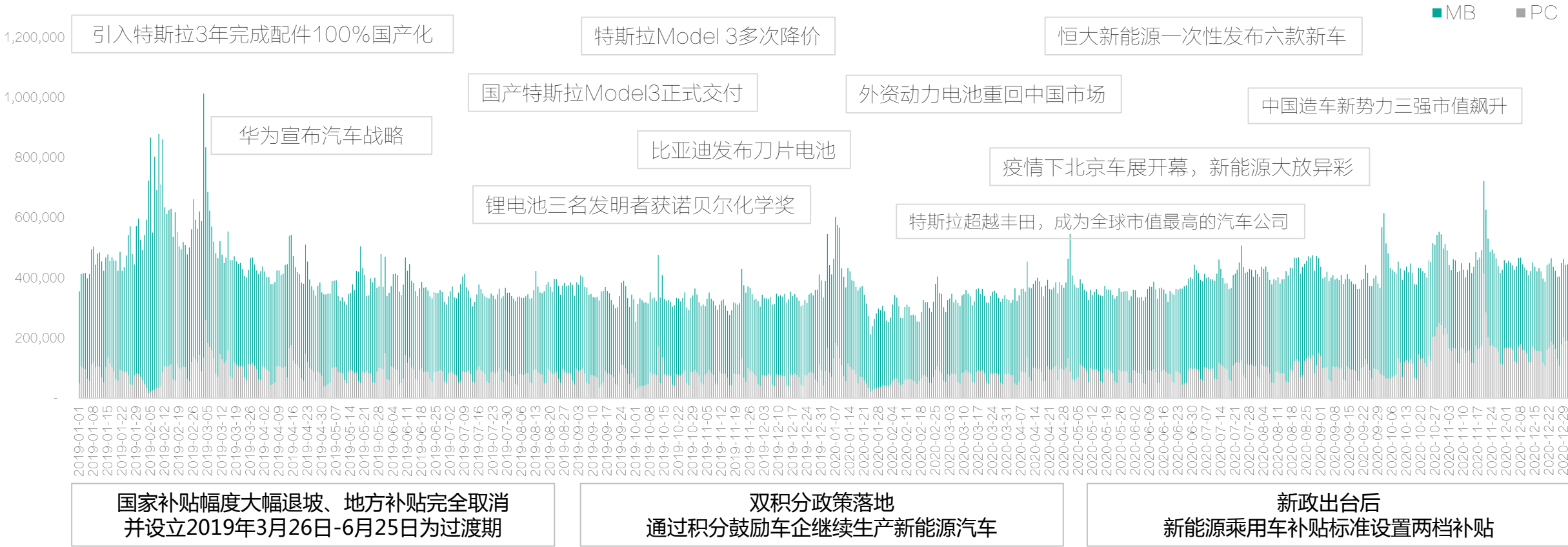
新能源汽车
百度数据分析



新能源汽车搜索热度趋势

整体受到政策引导影响大, 搜索关注日均规模40万, 无线端占74%
 特斯拉的鲶鱼效应、国家补贴变化、各车企投资动态成为了新能源品类的波动来源

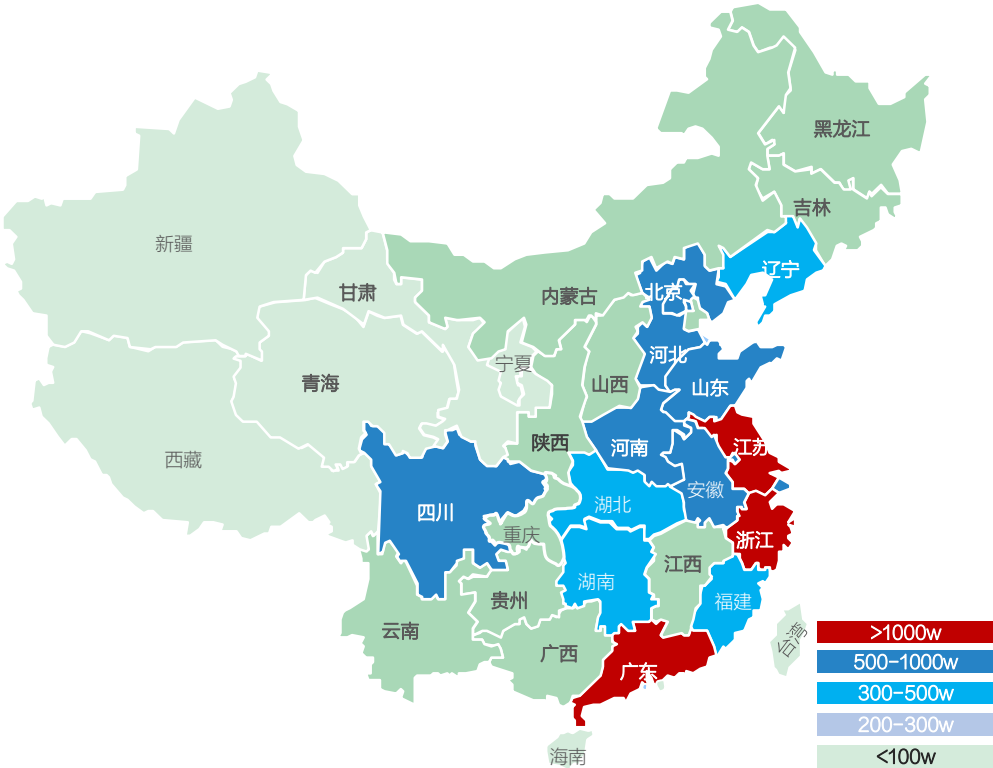
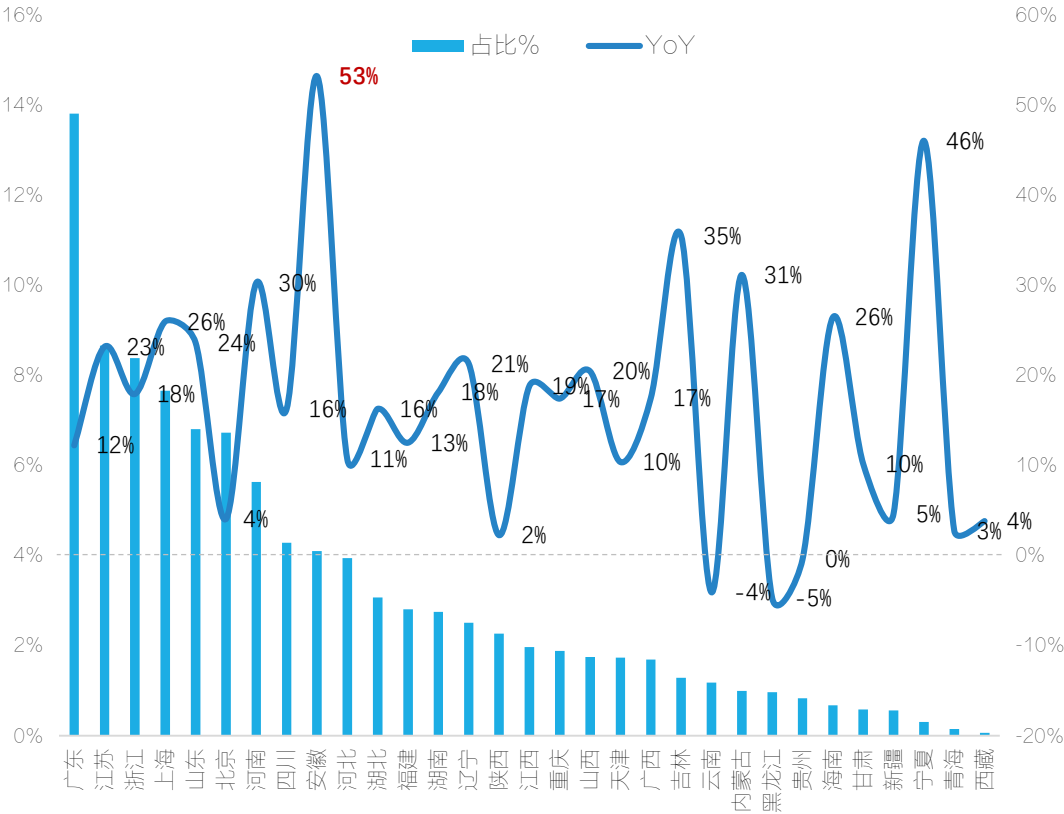
2019-2020年新能源车行业百度搜索关注度



新能源汽车行业地域热度（省份）

广东、江浙沪、山东分列前三位，关注占比最高
安徽省关注度增长最高，黑、云、贵受气候地理环境影响关注度频频

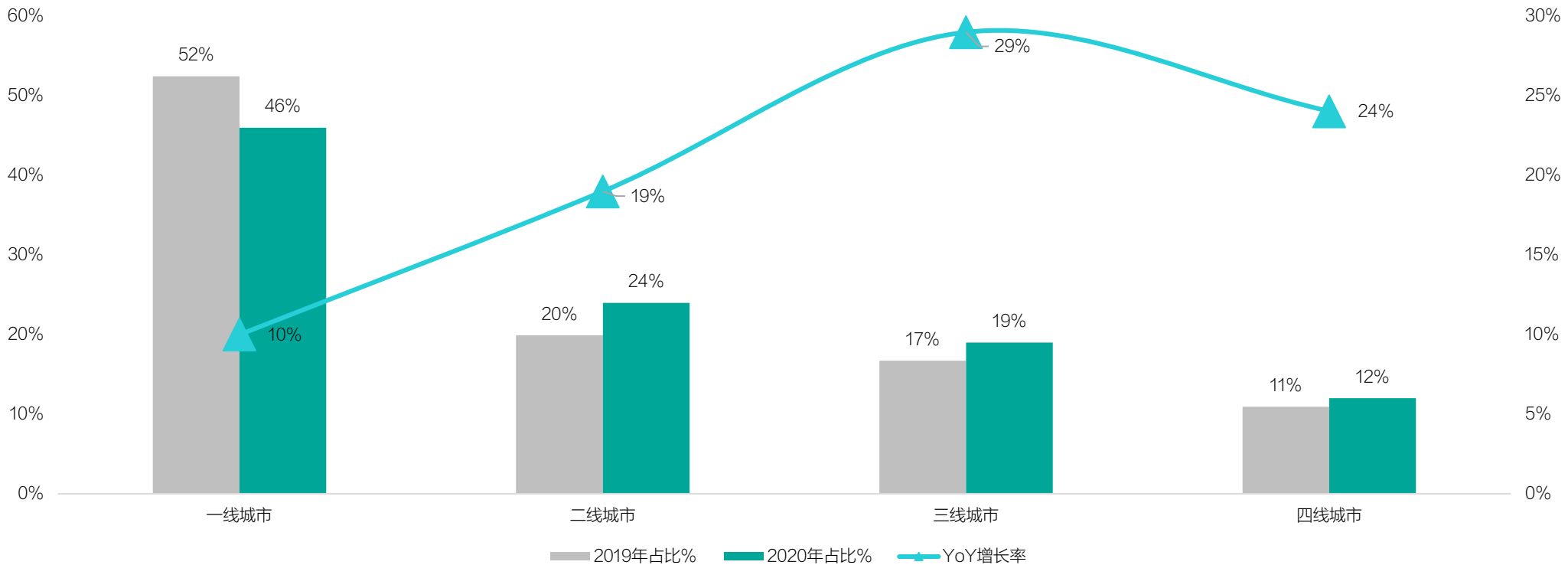
2019-2020年新能源车行业省份关注度占比&增长率



新能源汽车行业地域热度（城市）

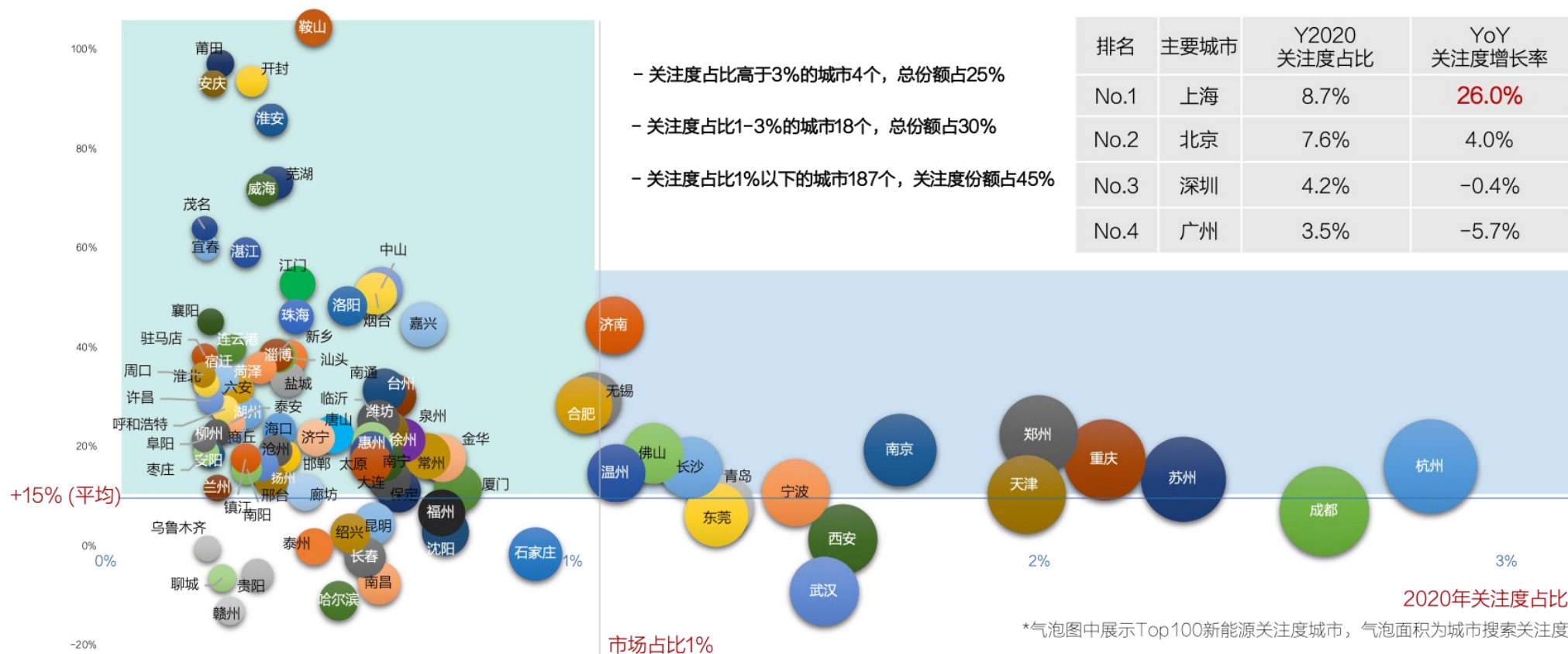
用户关注度二-四线城市的渗透增速较快
特斯拉的强势量级占据一线城市的稳定份额，传统车企新能源车依靠母品牌奠基，跨线拉动2-4线城市关注度

2019年 vs 2020年新能源车行业分级城市关注占比&增长率



经历微/小型车补贴浪潮，紧凑型车已跻身市场，新能源车逐渐呈现稳定的“市场下沉”关注

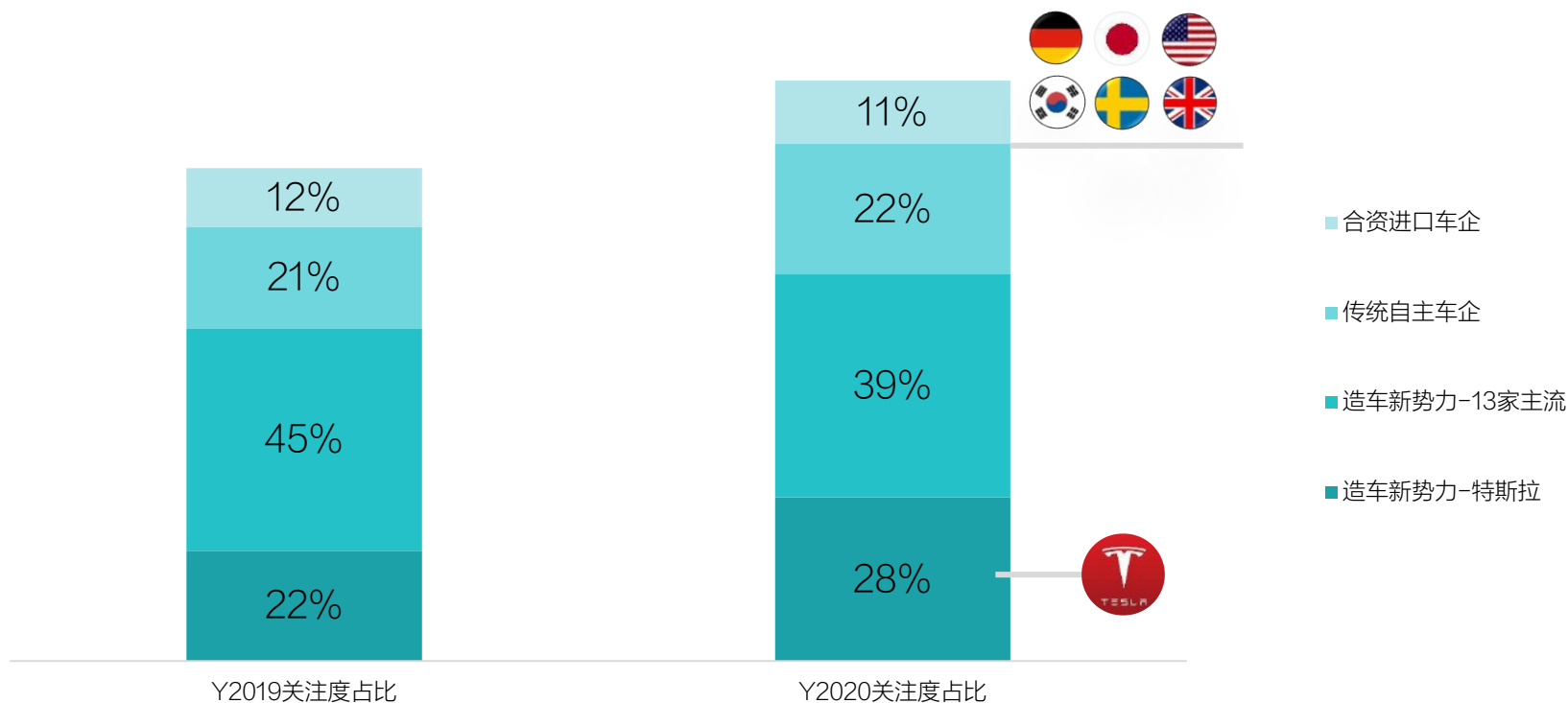
120% YoY 关注度增长率



新能源汽车行业厂商维度关注度

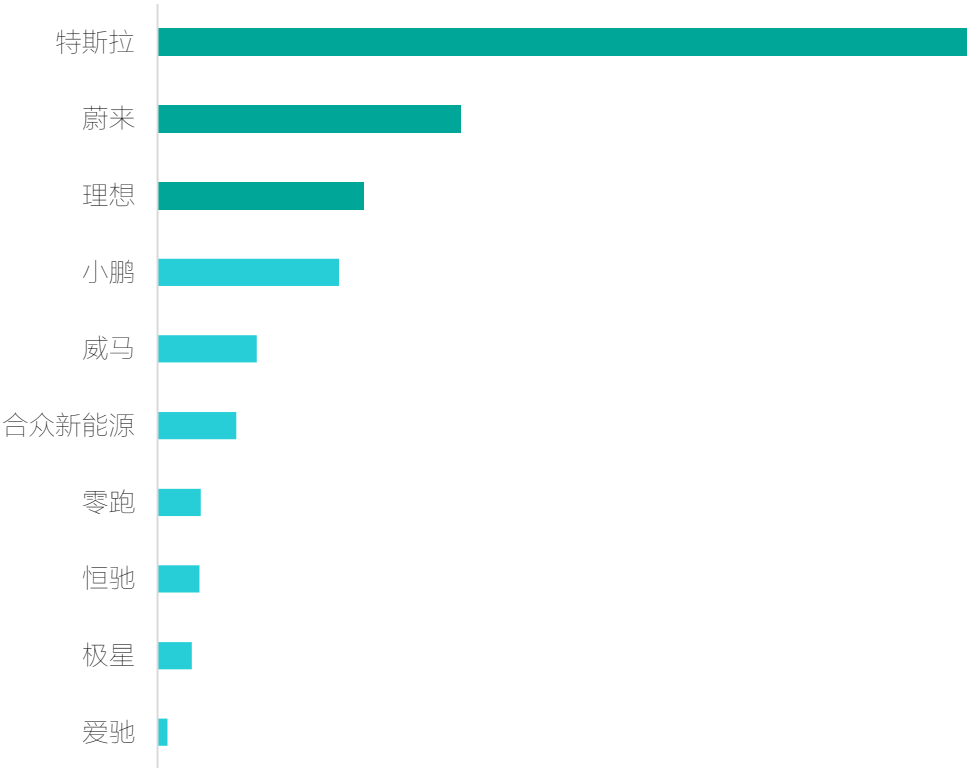
2020年特斯拉28%独占鳌头，其他主流造车新势力占39%
传统自主车企占比22%，合资/进口中德、日、美系占比高

2019-2020年新能源车企结构占比



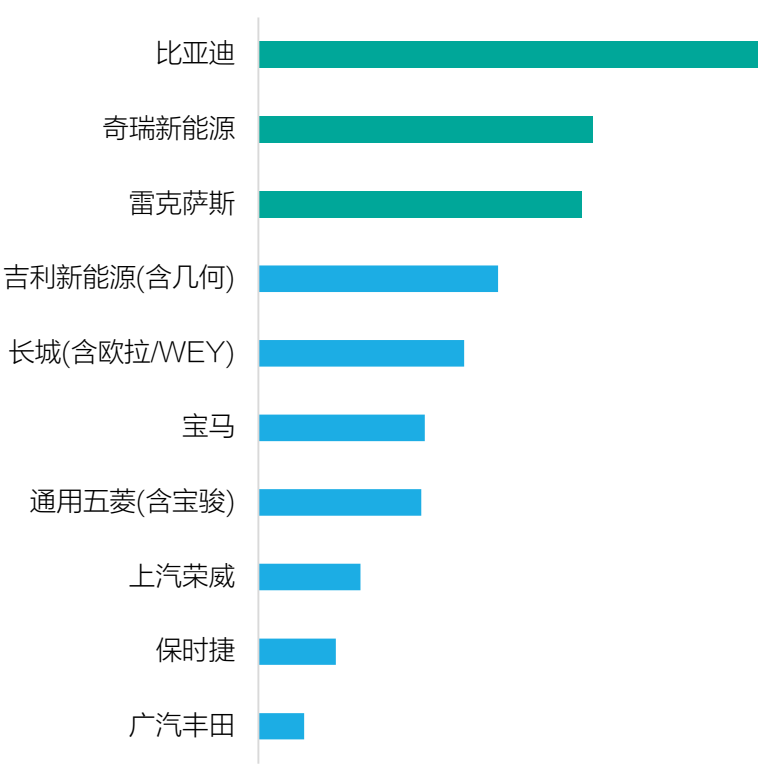
新能源汽车行业品牌维度关注度
补贴渐退后的内、外资品牌间角逐更为激烈
造车新势力品牌强势蓄力，比亚迪、奇瑞、吉利等作为传统车企亦有市场关注基础

造车新势力
百度品牌关注度排名TOP10



注：造车新势力关注度=母品牌词+车型词

传统车企新能源
百度品牌关注度排名TOP10



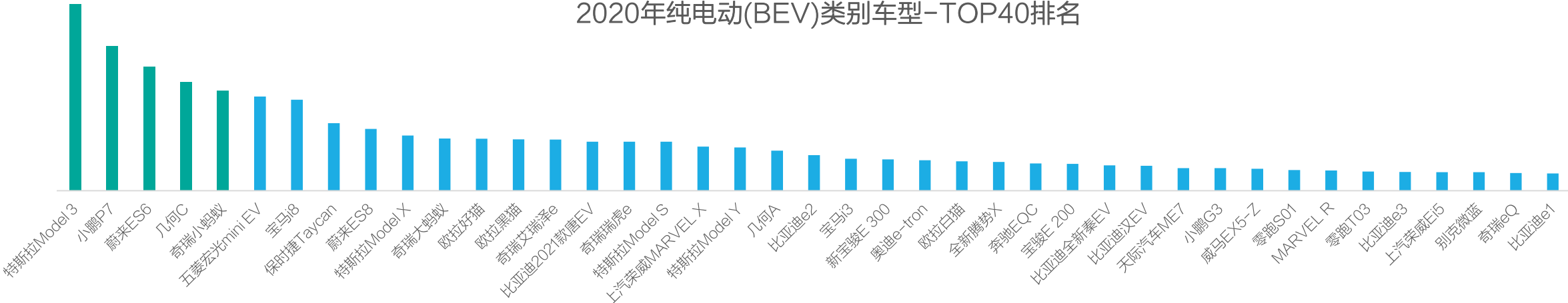
注：传统车企新能源关注度=新能源子品牌词+车企旗下新能源车型词

新能源汽车行业车型维度关注度

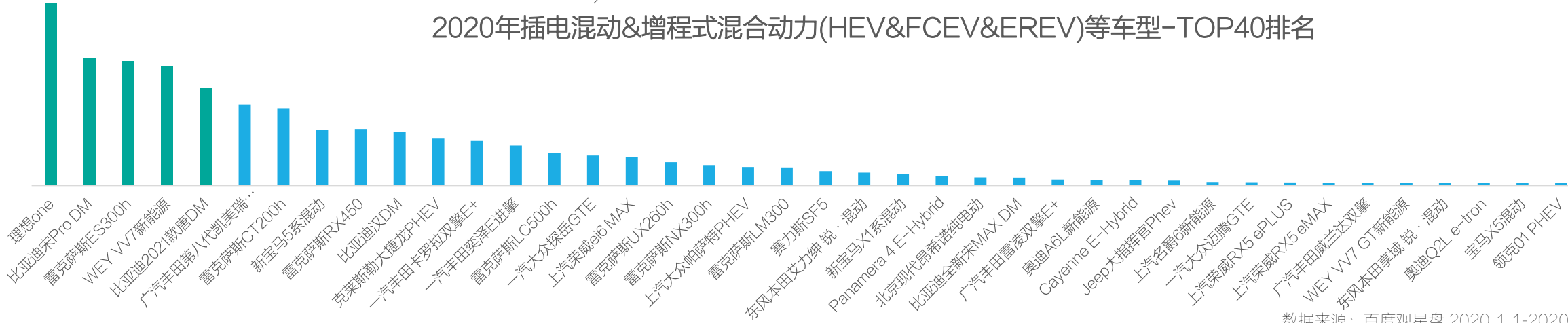
自主、豪华、合资新能源的明星车型市场关注度交替排列

特斯拉Model3领衔纯电车型，理想One/比亚迪宋Pro/雷克萨斯ES300h 高居混动/增程式等车型榜单

2020年纯电动(BEV)类别车型-TOP40排名



2020年插电混动&增程式混合动力(HEV&FCEV&EREV)等车型-TOP40排名

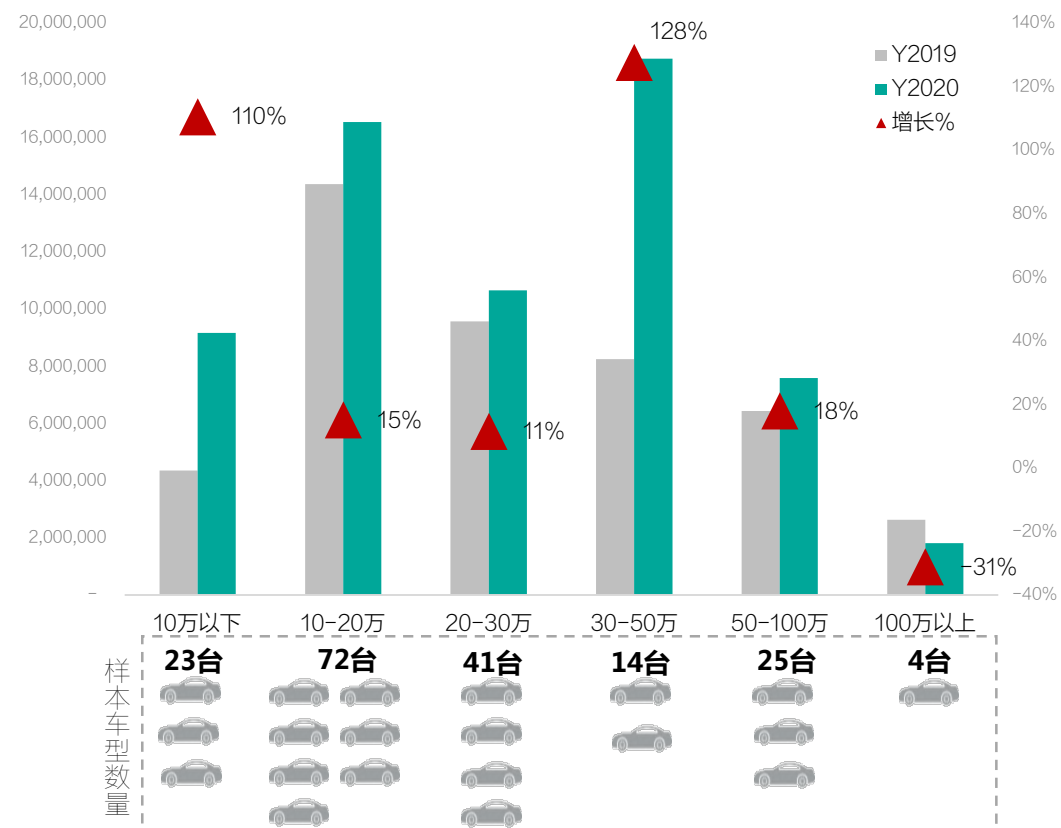
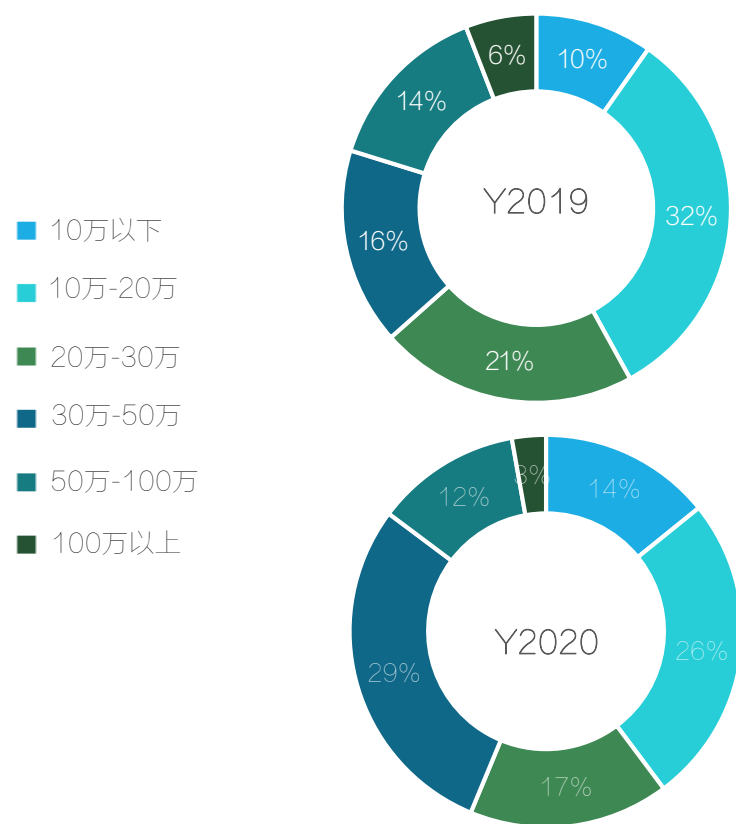


新能源汽车行业价格维度关注度

2019年后A00虽然补贴大幅退坡，但10万以下新增车型关注基础已然稳固

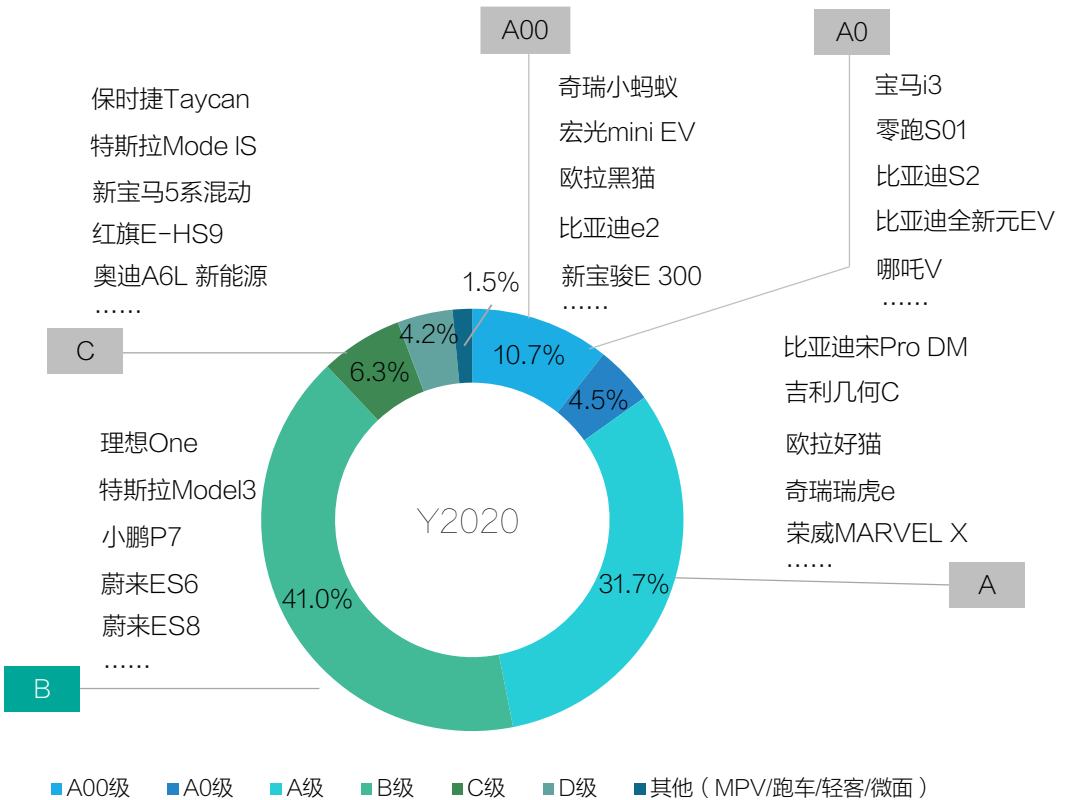
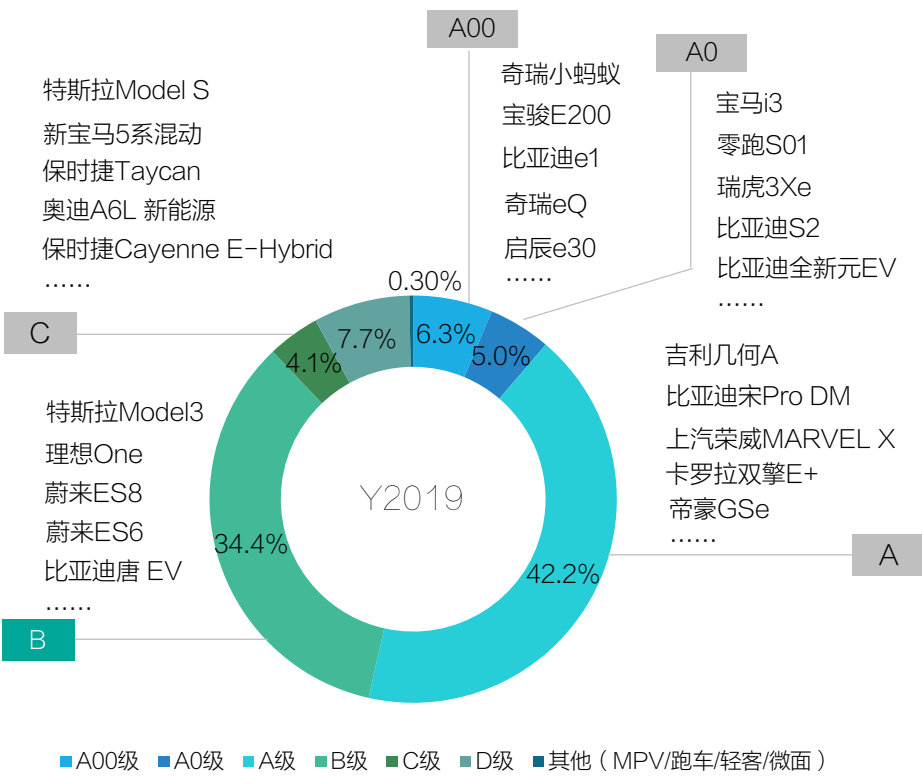
2020年后特斯拉国产化与蔚来等市场动态，正在引领打开了30-50万车型的关注度

2019年 vs 2020年新能源车行业车型价格段关注度



新能源车行业分车型轴距的关注度

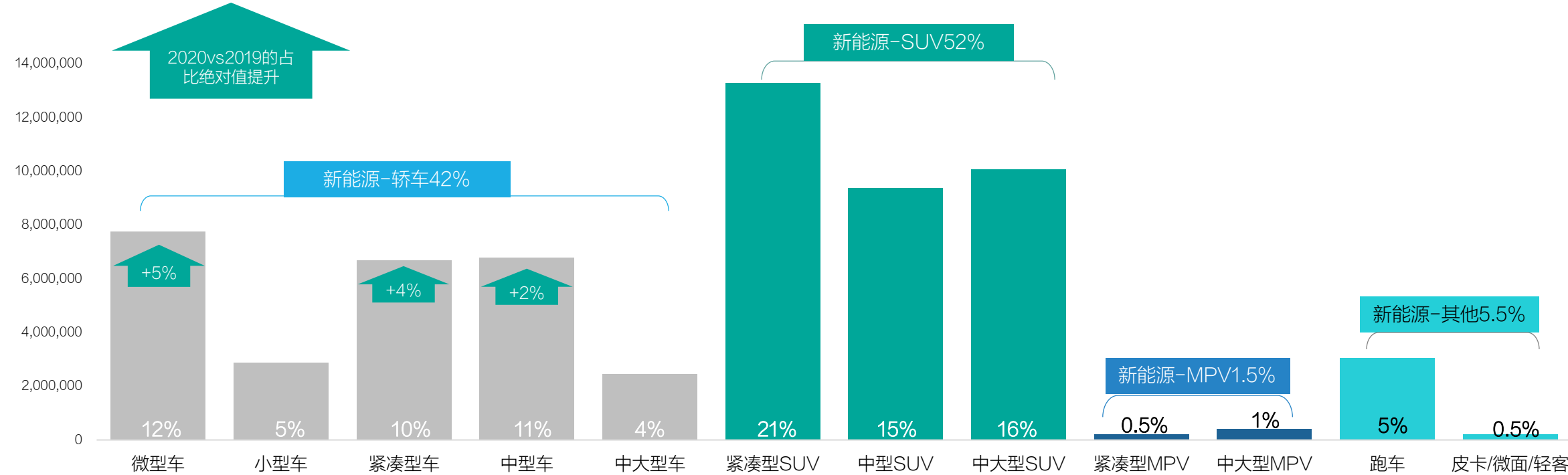
A00级别覆盖各级市场占比增大(10.7%)
 B-C级市场为近两年的车型的高端化增量部分(47.3%)



新能源汽车行业车型类别关注度

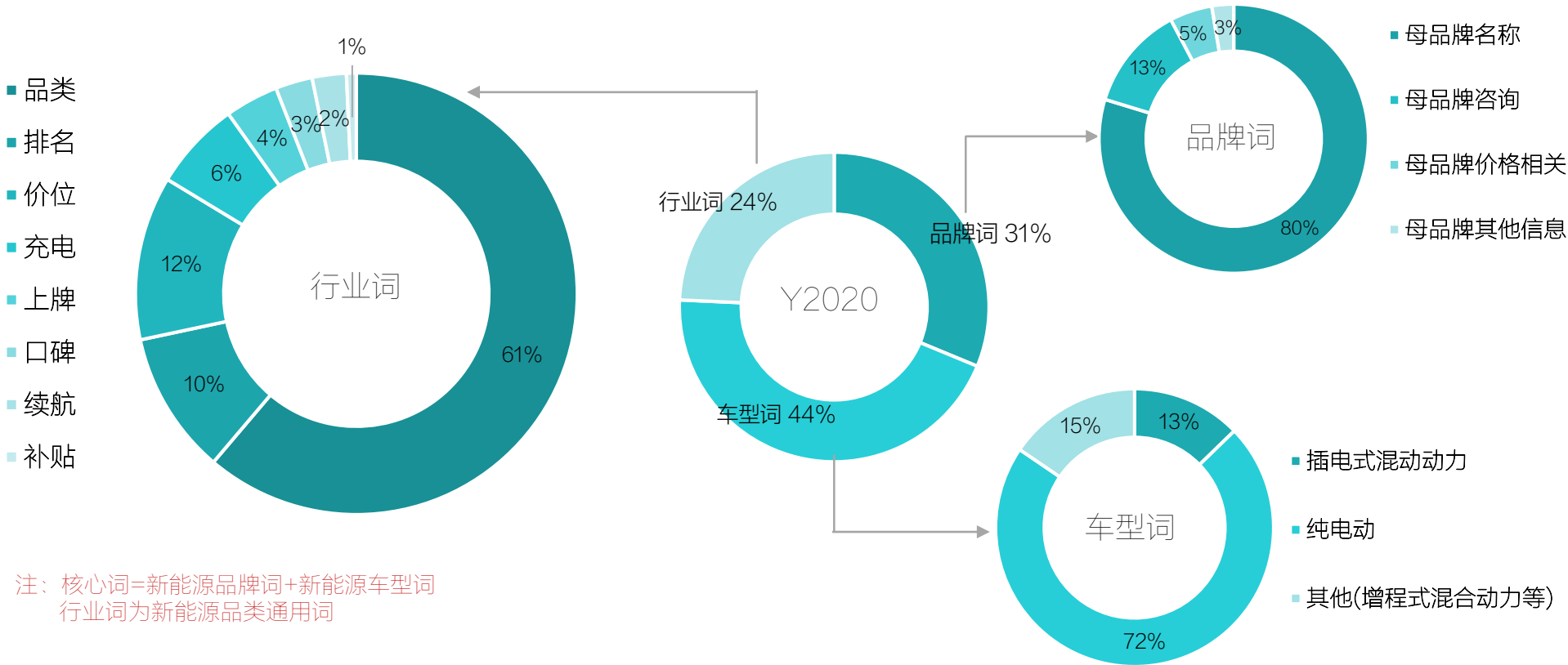
新能源SUV关注占据半壁江山，其中紧凑型SUV占比最高
而微型、中型则占据着轿车类别中关注较高的两档

2020年新能源行业细分车型级别占比情况



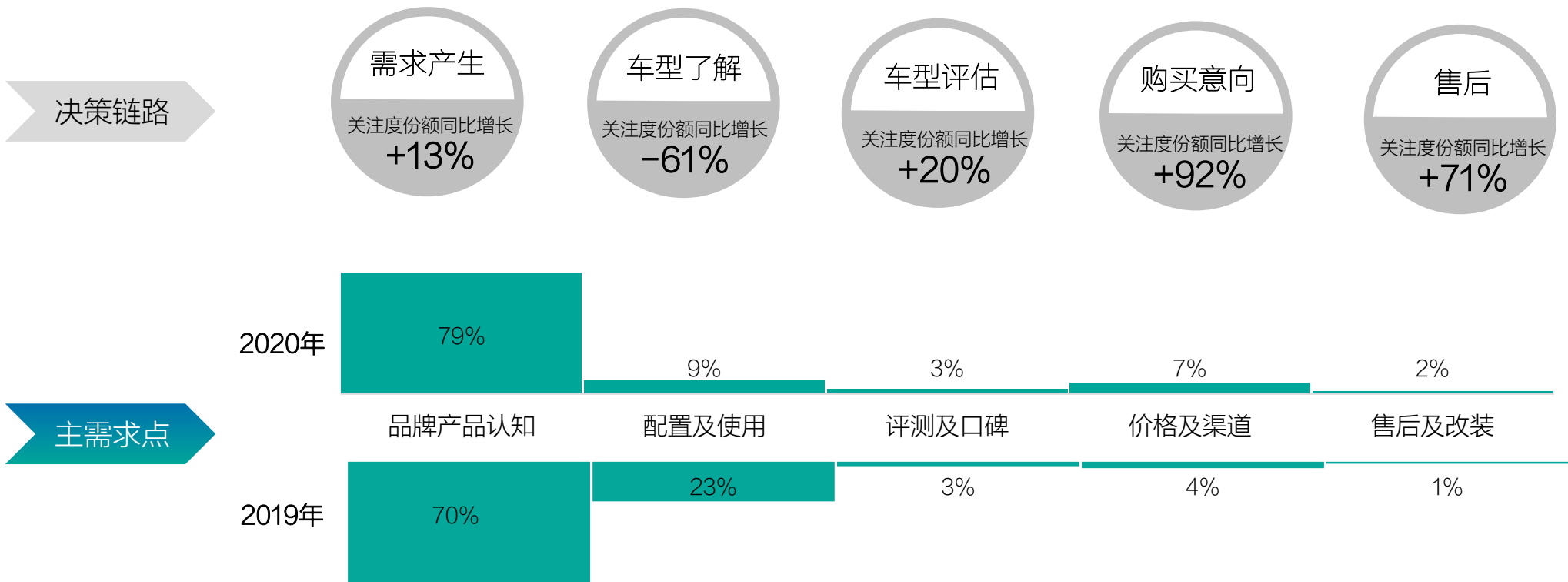
新能源汽车行业搜索词：核心词占75% 行业词占24%

行业词中，除去品类/排名/价位通用词外，充电/充电桩、上牌政策、口碑质量、续航里程为主要的泛需求；
车型词中，75%为BEV，13%为HEV，其他新能源为15%；品牌词80%为搜索品牌名称



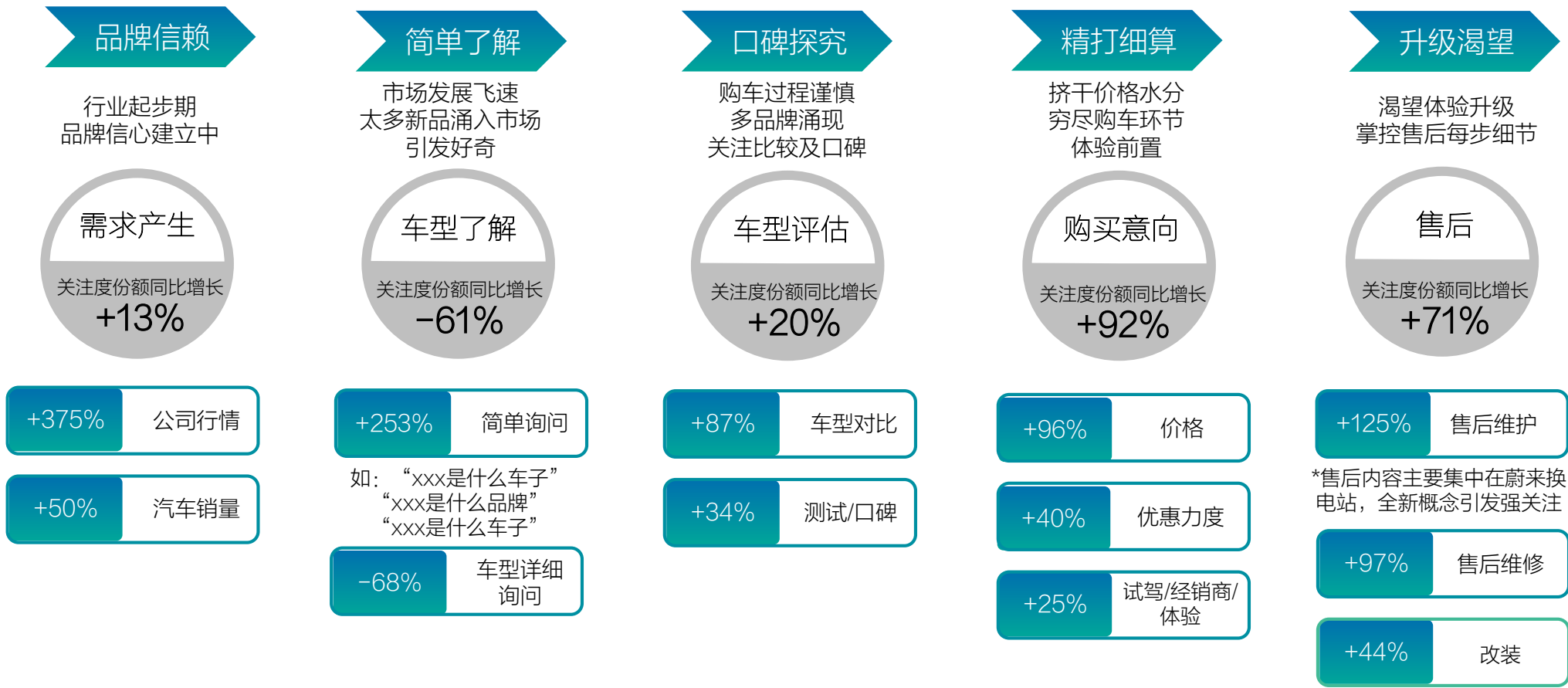
新能源汽车行业用户搜索决策链路

新能源车不同品牌间主配置类似，故用户投入的关注度减少，
 新能源中造车新势力售卖方式与传统车企不同，产生了更多对新模式探索的需求，
 由于新能源行业注入更多科技力量，驱动了后续更多升级需求，因此售后关注度有所提升



新能源汽车行业用户搜索决策行为细分

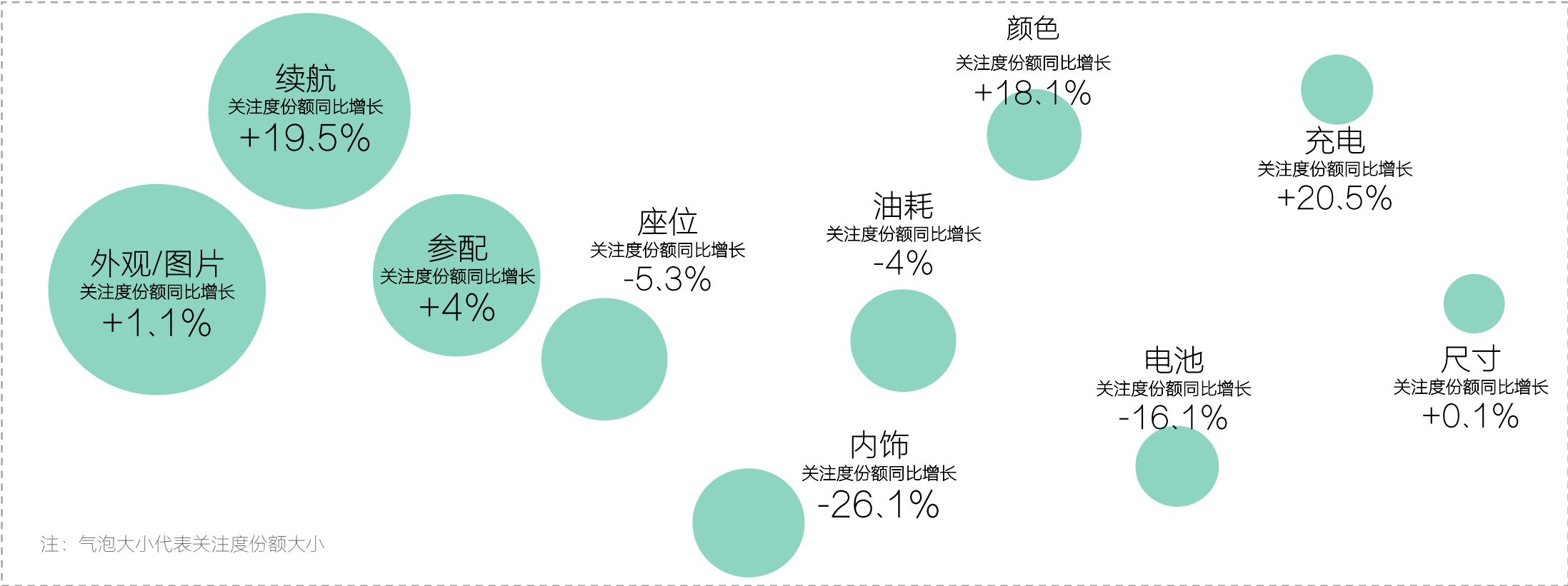
用户依旧精打细算探究细节，但更为细水长流把控全链
 在新能源购车过程中，用户先圈定品牌，再圈定车型仍然是用户的一条显性路径
 主配置需要的专业度降低，决策关注度则往链路后端延展（口碑/测评/售后）



新能源汽车行业用户关注车型细类

用户注重“看上去很美”，更注重“用起来省心”
 由于新能源技术降低了探究的专业度，于是更多对于汽车“外在”及“好用”的需求被释放
 虽然新能源汽车仍然被归为大宗物品，但其交易的决策特征已逐步在往IT类产品靠近

新能源行业汽车百度TOP10车型关注细类



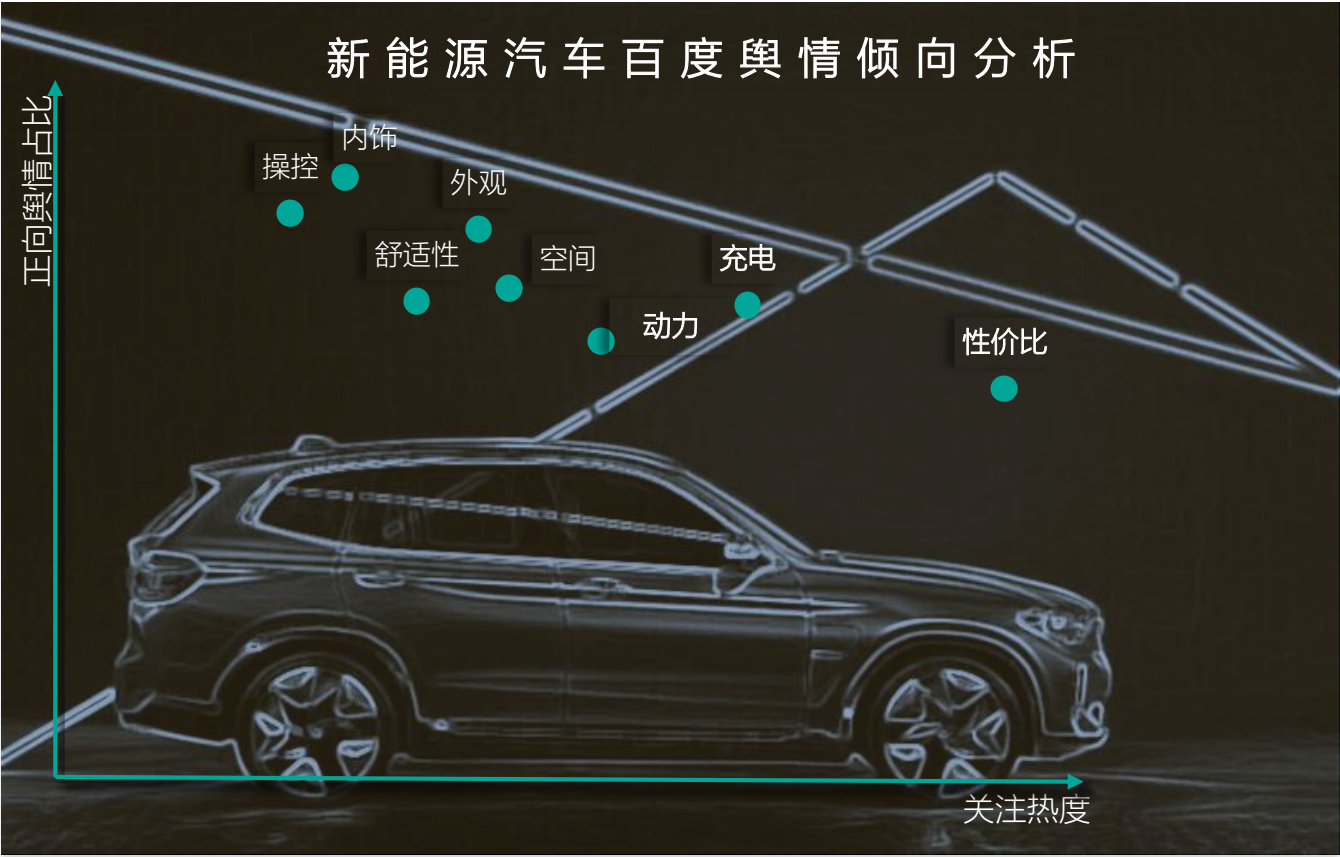
补贴政策、充电售后和续航里程是网民对电动车较为关注的点；补贴、政策是媒体报道及网民评论最常提及的关键词；网民对于充电售后的关注词集中在充电、充电桩、充电基础设施等；网民对于续航里程的关注词集中在电池、续航、续航里程等；特斯拉和蔚来在新能源汽车中受到较多关注



说明：以上是对全网关于新能源汽车的相关信息进行聚合，根据词频进行的分析情况
利用自然语义分析法，对事件、人物、品牌、地域中所提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及次数最多的关键词；字号越大的词组，被提及次数越多

新能源汽车行业用户关注舆情倾向分析

性价比、电耗和动力是网民对于新能源车舆情关注的核心所在



从具体产品指标来看，内饰、外观和操控最受网民好评，性价比、充电和动力获得网民较多关注，但是口碑一般，这三个指标仍有提升空间

说明：利用自然语义分析法，对事件、人物、品牌、地域中所提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及次数最多的关键词

新能源汽车行业用户关注舆情倾向分析

用户对于新能源汽车“补贴”、“牌照”、“续航”、“充电”几个重要维度的主要感情倾向

积极16%、中性70%、消极14%

新能源车补贴政策延长两年

最高补助 补贴退坡

补贴门槛 新车享受补贴

国家新能源补贴清算制度

广州购买新能源车补贴1万元

补贴

补贴争议 海南充电基建运营补贴

分阶段补贴 骗补贴

安徽新能源车补贴 双积分

多地呼吁修改补贴政策

积极3%、中性74%、消极23%

免费车牌政策延续

本地绿牌额外补贴

上牌免税证明 外省户籍海南上牌

上牌绿牌所需材料 低速电动车上牌

沪牌新政对绿牌的影响

深圳等候上绿牌 停车远离绿牌车

绿牌

开不起卖不掉 大雪“绿牌车”罢工

春节堵车绿牌车主抱怨“电动爹” 绿牌选号

绿牌系统识别问题

春节堵车绿牌车主抱怨“电动爹”

混动钻了牌照免费的空子

积极8%、中性84%、消极10%

氢氧化化学反应产生电能

纯电动续航里程近1000km

电动汽车挑战赛

高速公路充电站建设

可拆卸电池 MEB电动车型平台

新车的综合续航里程 禁售燃油车

续航

高估值 伪续航 电动车空调

电量焦虑症 预判车程

有限的续航里程问题 长距离测试

电动汽车两极化

冬季续航缩水严重 的哥投诉续航里程严重缩水

积极33%、中性83%、消极9%

5G+充电桩 快速充电桩

比亚迪刀片电池

换电模式的支持

插电混动的技术路线 零污染、零排放

充电基础设施短缺

充电

充电桩安装 充电桩板块走强

三元锂电池 宁德时代

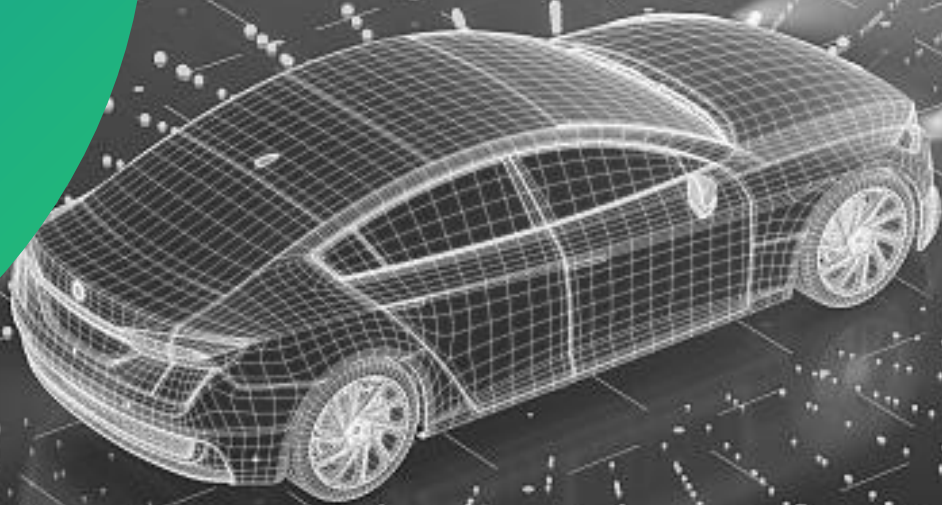
满冲里程 换电池费用高

上海充电补助 新能源直流充电桩

电池对环境的伤害

03

新能源汽车
百度人群洞察



新能源车关注用户4大人群聚类

混动人群、小型纯电人群、主流纯电人群、高端新能源人群

1. 混动人群（包含插电及增程式等）



比亚迪宋Pro DM

.....



荣威ei6 MAX

.....



凯美瑞双擎

.....



帕萨特PHEV

.....

2. 小型纯电人群



宏光mini EV

.....



奇瑞小蚂蚁

.....



欧拉黑猫

.....



宝骏E300

.....

3. 主流纯电人群



特斯拉Model 3

.....



小鹏P7

.....



几何C

.....



埃安S

.....

4. 高端新能源人群（包含插电、纯电及增程式等）



蔚来ES8

.....



理想ONE

.....



宝马5系混动

.....



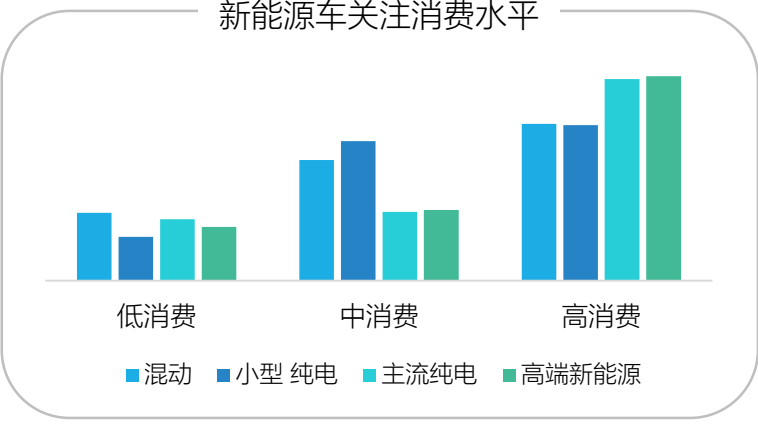
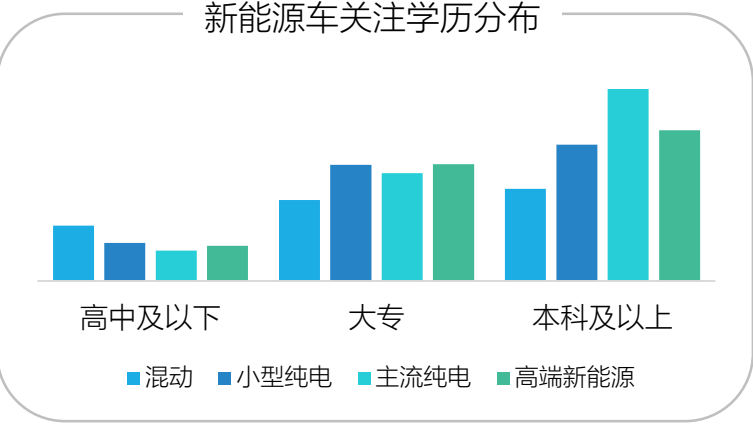
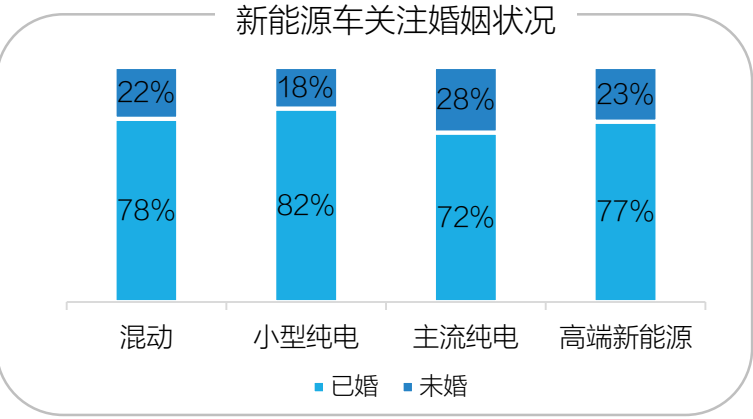
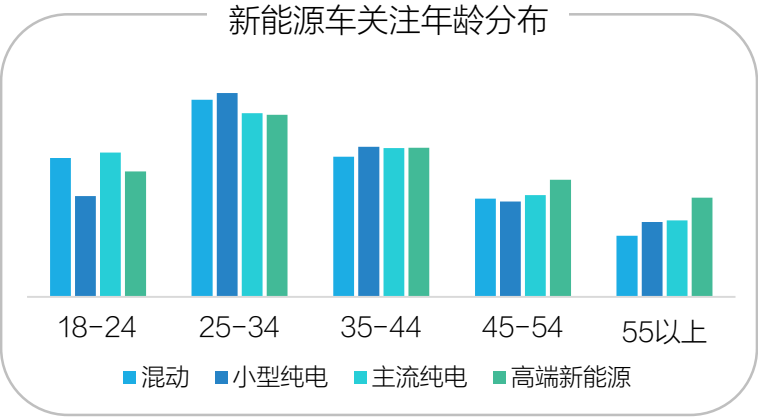
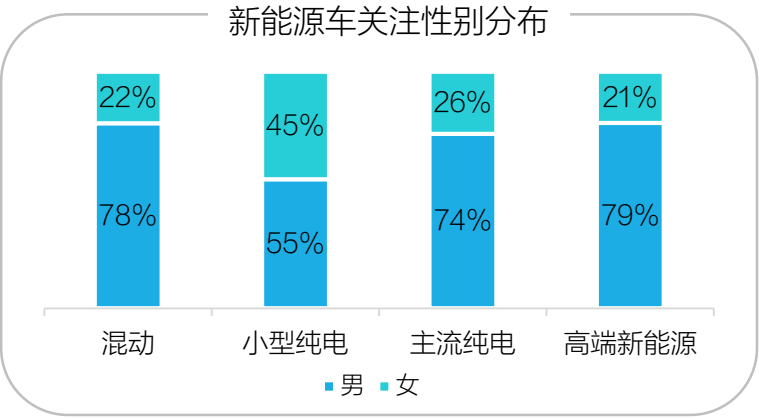
奥迪e-tron

.....

说明：为了能更准确地在后续分析中呈现这些差异，我们根据关注新能源车型的类别（包括能源形式、车型尺寸、价格区间、品牌定位），将关注用户划分为4大人群聚类

新能源汽车行业用户属性

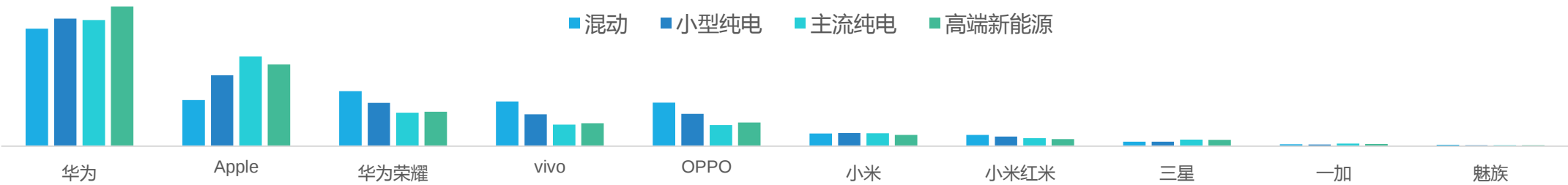
年轻群体集中主流市场，成熟群体呈现两级分化；混动关注用户以年轻男性群体为主，事业处于起步阶段，对高消费需求不旺盛；小型纯电关注用户年龄偏大，对价格敏感，追求实用性；主流纯电关注用户以年轻群体为主，受到更好教育，消费意识超前；高端新能源关注用户以高端成熟人群为主，更看重品质



新能源车关注用户移动设备特征

消费能力决定品牌选择及APP行为；混动用户手机品牌分布最为复杂，常使用的APP更下沉；小型纯电用户的设备与APP使用特征与混动用户类似，性价比和接地气是共同特征；主流纯电用户更年轻，注重品牌，Apple设备占比最高，APP更娱乐生活化；高端纯电用户最偏向华为品牌，APP以功能类为主，兼顾工作和娱乐

新能源车关注用户手机品牌分布



新能源车关注用户群体APP偏好



新能源车关注用户浏览及视频偏好

年龄、家庭及社会地位影响观看内容选择；混动关注用户在信息浏览及视频倾向更偏男性，婚育占比较高；小型纯电用户女性比例高，具有高婚育占比；主流纯电关注用户年轻人占比高，娱乐属性最强，对前沿科技、文体有很高的热情；高端纯电用户为典型的成熟人群，经常关注投资及体育，视频偏好侧重军事及悬疑

用户浏览信息流偏好

混动用户					小型纯电用户					主流纯电用户					高端电动用户				
大类	子类				大类	子类				大类	子类				大类	子类			
汽车	1	汽车资讯	6	农资	母婴育儿	1	幼儿	6	古装剧	数码	1	游戏机	6	风投	国际	1	风投	6	德甲
健康养生	2	驾照考试	7	自驾游	时尚	2	戏曲	7	韩剧	国际	2	英超	7	盘面分析	数码	2	CBA	7	沪指
军事	3	汽车配件	8	空气污染	情感	3	美发	8	资格考试	财经	3	西甲	8	热血动漫	历史	3	英超	8	国际足球
旅游	4	汽车导购	9	养肾	家居	4	备孕	9	心理健康	教育	4	RPG游戏	9	日本动漫	财经	4	西甲	9	中国男足
情感	5	汽车用品	10	推拿	美食	5	甜品	10	饮食健康	娱乐	5	笔记本电脑	10	漫画	娱乐	5	盘面分析	10	越野车
教育					搞笑					体育					体育				
家居					教育					汽车					汽车				

用户观看视频偏好

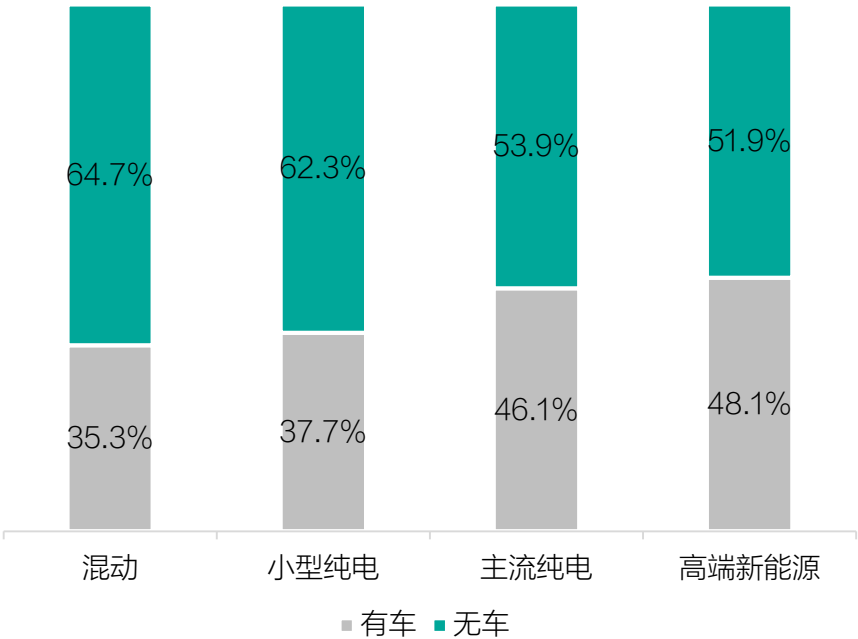
我是特种兵	迷你特工队X	奔跑吧第4季升级版	新世界
战狼	玩具总动员	月上重火	黄金瞳
哪吒之魔童降世	快乐奇巴布	唐人街探案	正阳门下
一代枭雄	宝宝巴士启蒙音乐剧	中国有嘻哈	燃烧
熊出没之冬日乐翻天	知否知否应是绿肥红瘦	最强大脑第7季	古董局中局之鉴墨寻瓷
汪汪队立大功精彩集	延禧攻略	青春有你第2季	
烈火军校		青春环游记第2季	
盗墓笔记			

注：本部分分析维度为与组内的差异特征，非绝对浏览及观看排名

新能源车关注用户购车特征

人群属性及车辆保有情况决定购车诉求；混动关注用户有车比例最低，以首购为主，最受政策影响，对绿牌限行关注强于纯电动用户；小型纯电用户首先考虑价格；主流纯电用户比小型纯电用户更注重品牌，比高端新能源用户更在意价格；高端新能源用户最看重品牌

新能源车关注人群的车辆拥有情况

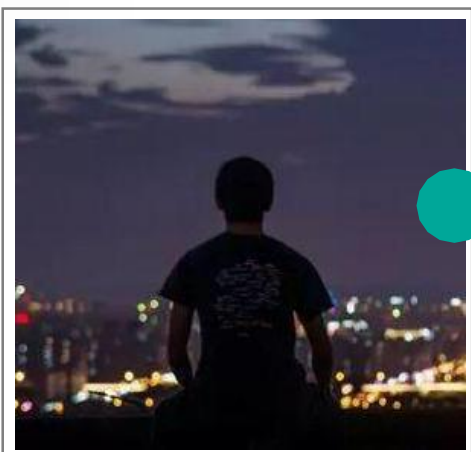


新能源关注人群的购车关注点

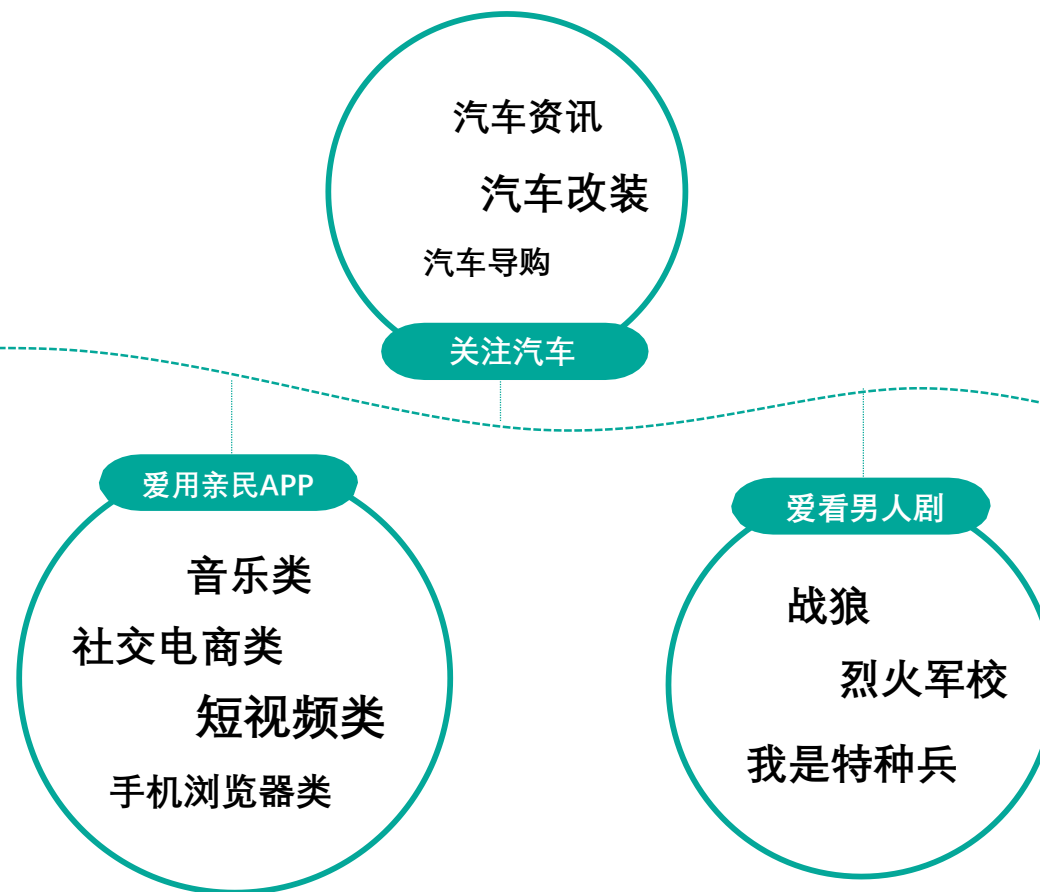
	混动	小型纯电	主流纯电	高端新能源
1	充电	价格	充电	充电
2	价格	充电	价格	品牌
3	上牌政策	品牌	品牌	价格
4	品牌	口碑	上牌政策	上牌政策
5	口碑	上牌政策	口碑	口碑
6	续航	续航	续航	续航

新能源-混动关注用户 品牌偏好者人群特征：奋斗青年

“ 男儿当自强，稳步向前去创造
一切才刚刚开始



基础属性：男性占比最多，年轻
城市：主要在二、三、四线城市
收入：中/低收入

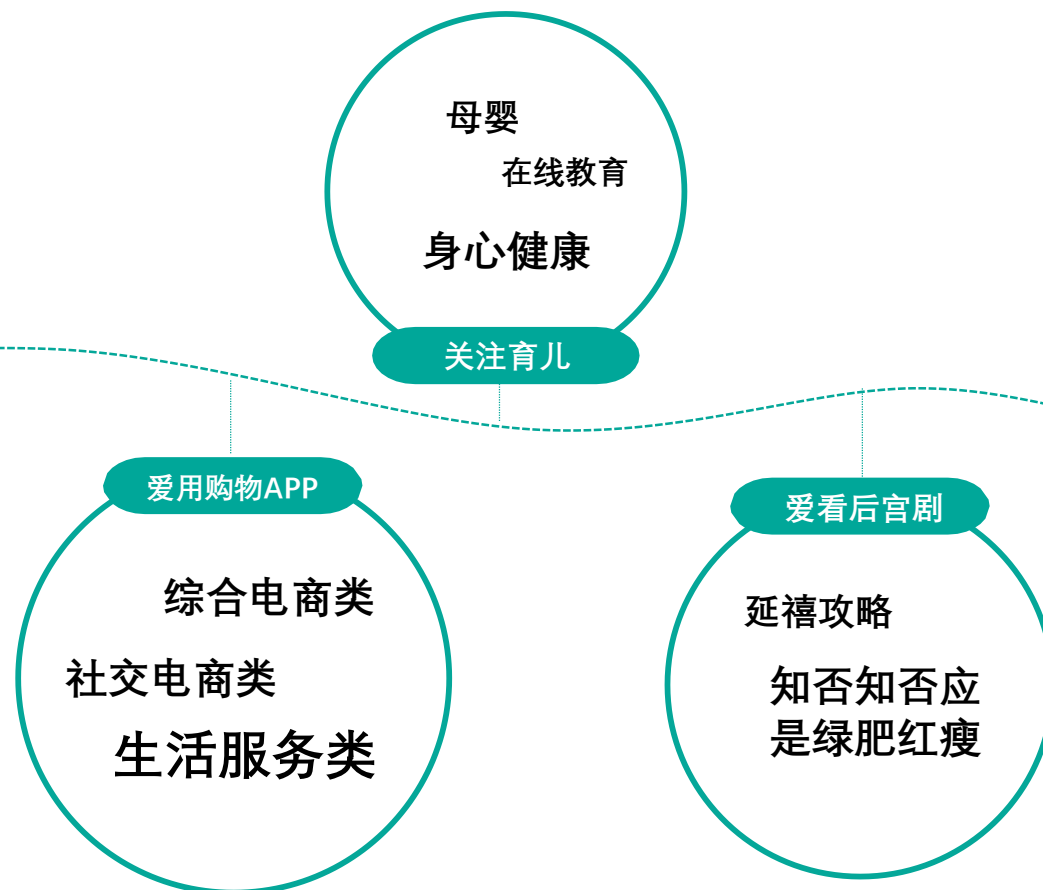


新能源-小型纯电关注用户 品牌偏好者人群特征：小镇爸妈

“经营家庭，简单生活
拥有自己的小确幸



基础属性：男女各半，婚育比例高
城市：主要在三、四线城市
收入：中/低收入

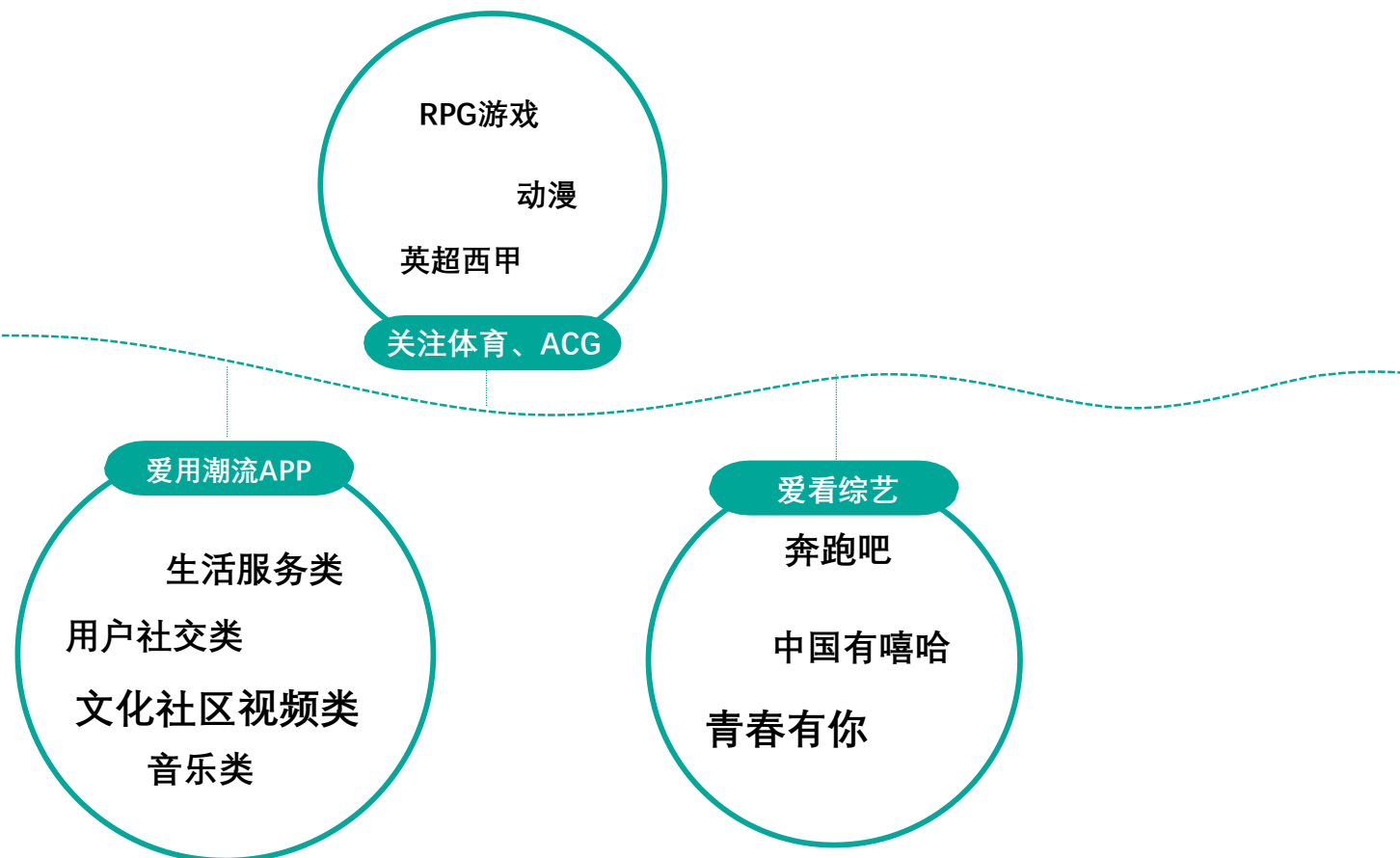


新能源-主流纯电关注用户 品牌偏好者人群特征：都市男女

“ 年轻爱玩，充满激情
敢于尝鲜，接受新事物



基础属性：男性比例高，年轻学历高
城市：主要在一、二线城市
收入：中/高收入



新能源-高端关注用户 品牌偏好者人群特征：成功人士

“成熟稳重，地位不凡
享受高品质生活



基础属性：男性比例高，有车比例高
城市：主要在一、二线城市
收入：高收入

